

CONSEJO NACIONAL DE RECTORES

Oficina de Planificación de la Educación Superior

División Académica

DICTAMEN SOBRE LA SOLICITUD DE CREACIÓN DE LA MAESTRÍA EN COMUNICACIÓN POLÍTICA ESTRATÉGICA DE LA UNIVERSIDAD DE COSTA RICA



Alexander Cox Alvarado

OPES ; no. 38-2025

378
C877d

Cox Alvarado, Alexander

Dictamen sobre la solicitud de creación de la maestría en comunicación política estratégica de la Universidad de Costa Rica / Alexander Cox Alvarado. -- San José, C.R. : CONARE - OPES, 2025.

(OPES; no. 38-2025) 1 recurso en línea (47 páginas): archivos de texto PDF, 700 KB

ISBN 978-9977-77-684-2

1. COMUNICACIÓN POLÍTICA ESTRATÉGICA. 2. MAESTRÍA UNIVERSITARIA. 3. PERFIL PROFESIONAL. 4. PLAN DE ESTUDIOS. 5. PERSONAL DOCENTE. 6. UNIVERSIDAD DE COSTA RICA. I. Título. II. Serie.

Información del autor

Alexander Cox Alvarado. <https://orcid.org/0009-0001-9724-6175>

Esta obra se comparte bajo la licencia
Reconocimiento – No Comercial – Compartir Igual
(CC-BY-NC-SA)

Permite usar una obra para crear otra obra o contenido, modificando o no la obra original, siempre que se cite al autor, la obra resultante se comparta bajo el mismo tipo de licencia y no tenga fines comerciales

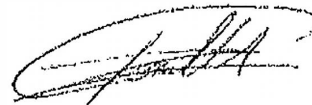


PRESENTACIÓN

El estudio que se presenta en este documento (OPES; no 38-2025) se refiere al dictamen sobre la solicitud de creación de la Maestría en *Comunicación Política Estratégica* de la Universidad de Costa Rica.

El dictamen fue realizado por el M.Sc. Alexander Cox Alvarado, investigador de la División Académica de la Oficina de Planificación de la Educación Superior (OPES) con base en el documento *Propuesta de Maestría en Comunicación Política Estratégica, 2025*). La revisión del documento estuvo a cargo de la Dra. Katalina Perera Hernández, Jefa de la División Académica y la edición del documento fue realizada por Sandra Guillén Guardado, asistente de la División citada.

El presente dictamen fue aprobado por el Consejo Nacional de Rectores en la sesión No.56-2025, celebrada el 14 de octubre de 2025, en el artículo 8, inciso b).
Comunicado oficio CNR-478-2025



Ronald Alvarado Cordero
Director a.i de la OPES

Tabla de Contenido

1. Introducción	1
2. Datos generales	2
3. Objeto de estudio	2
4. Justificación de la creación de la carrera	3
5. Desarrollo académico en el campo de estudios del posgrado	5
6. Objetivos del posgrado.....	7
7. Perfil académico-profesional.....	8
8. Campo de inserción laboral de los graduados	10
9. Carreras afines en la Educación Superior	11
10. Datos de empleabilidad del Observatorio Laboral de Profesiones.....	12
11. Requisitos de ingreso y de permanencia.....	12
12. Requisitos de graduación	12
13. Actividades de formación académica	13
14. Descripción de las actividades de formación académica del posgrado	13
15. Correspondencia del equipo docente con las actividades académicas	13
16. Autorización de la unidad académica para impartir posgrados	13
17. Ficha de información para la gestión de datos	14
18. Conclusiones	14
19. Recomendaciones	16
ANEXO A.....	17
ANEXO B.....	20
ANEXO C.....	43
ANEXO D.....	45

1. Introducción

La solicitud de creación de la Maestría en Comunicación Política Estratégica en la Universidad de Costa Rica (UCR) fue presentada al Consejo Nacional de Rectores por el Rector Carlos Araya Leandro, en nota UCR-5043-2025.

Cuando se crean o rediseñan carreras, ya sea de grado o de posgrado, según lo señalado en el documento *Lineamientos para la creación y el rediseño de carreras universitarias estatales*¹ se estudian los siguientes temas que son la base del estudio que realiza la OPES:

- Datos generales
- Objeto de estudio
- Justificación de la creación de la carrera
- Desarrollo académico en el campo de estudios del posgrado
- Objetivos del posgrado
- Perfil académico-profesional
- Campo de inserción laboral del graduado
- Carreras afines en la Educación Superior
- Datos de empleabilidad del Observatorio Laboral de Profesiones.
- Requisitos de ingreso y de permanencia
- Requisitos de graduación
- Actividades de formación académica de la carrera
- Descripción de las actividades de formación académica de la carrera
- Correspondencia del equipo docente con las actividades de formación académica.
- Autorización de la unidad académica para impartir posgrados.

¹ Aprobado por el Consejo Nacional de Rectores en la sesión N°41-2022 celebrada el 18 de octubre de 2022

2. Datos generales

La Maestría en Comunicación Política Estratégica tendrá ambas modalidades, académica y profesional. El total de ciclos es de siete, cinco de dieciséis semanas y dos de ocho semanas (veranos). El posgrado recibirá estudiantes cada dos años y se planean cinco promociones. La unidad académica base del posgrado será la Escuela de Ciencias de la Comunicación Colectiva y serán administradas por el Posgrado en Comunicación.

El posgrado otorgará los siguiente grados y títulos:

- Maestría Académica en Comunicación Política Estratégica.
- Maestría Profesional en Comunicación Política Estratégica.

La Universidad de Costa Rica afirma en la documentación enviada que cuenta con los recursos presupuestarios y financieros (talento humano, infraestructura y equipo) necesarios para ofrecer la carrera.

3. Objeto de estudio

Lo siguiente son extractos de lo que la Universidad de Costa Rica presentó sobre el objeto de estudio de la carrera (se eliminan las citas para facilitar su lectura):

La propuesta de Maestría en Comunicación Política Estratégica resulta un nuevo planteamiento que responde a las necesidades sociales y organizacionales del entorno. Las organizaciones, sean públicas, privadas, sociales – tercer sector, organizaciones no gubernamentales sin fines de lucro-, así como proyectos internacionales y partidos políticos, son para la maestría los espacios desde donde se ejercen las dinámicas político-estratégicas, entendidas estas como situaciones complejas impulsadas en un contexto, bajo condiciones de riesgo organizacional o reputacional, de crisis o bien el advenimiento de nuevas condiciones económicas o retos en materia política, que requieren un abordaje desde el conocimiento teórico-práctico de la política así como de la estrategia, convenidos estos a través de la comunicación.

El objeto de estudio de esta maestría se define como la gestión de los vínculos y espacios interorganizacionales en contextos políticos, orientada a la creación, análisis e implementación de estrategias comunicativas, así como tácticas y operacionalización, que promuevan relacionamientos,

acuerdos, decisiones informadas y resultados sostenibles. Este enfoque integra tanto el conocimiento teórico como las herramientas prácticas de la comunicación y la estrategia política, permitiendo abordar desafíos en contextos diversos y altamente complejos.

Dentro de este marco, la maestría se enfoca en: Identificar y analizar dinámicas interorganizacionales, en contextos que demanden comunicación estratégica para alcanzar objetivos compartidos, resolver conflictos o situaciones consideradas especiales. Además, en diseñar estrategias comunicativas basadas en principios éticos, políticos y organizacionales que incluyan campañas, acercamientos, negociación de acuerdos, generación de narrativas persuasivas, construcción de discursos políticos y acciones comunicativas. Asimismo, permite a la persona profesional gestionar y llevar a cabo tácticas efectivas en interacciones entre actores clave, tales como instituciones, empresas, organizaciones sociales, medios de comunicación, liderazgos y públicos diversos, así como finalmente, manejar situaciones críticas, procesos de crisis y riesgos reputacionales y políticos, garantizando respuestas oportunas, precisas, acertadas y estratégicas.

Todas estas actividades se transversalizan mediante el uso innovador de herramientas tecnológicas, evaluadas bajo criterios de viabilidad, impacto social y cumplimiento de objetivos organizacionales, de comunicación y políticos, así como consideración y evaluación de riesgos. Este enfoque permite formar personas especialistas capaces de generar soluciones estratégicas que trasciendan las necesidades inmediatas de las organizaciones, promoviendo beneficios sostenibles en los ámbitos económico, social, ambiental y político.

En síntesis, la maestría se posiciona como un programa que prepara a las personas expertas para comprender, analizar y gestionar, desde la comunicación política estratégica, las complejidades de los vínculos interorganizacionales en un entorno global, regional y local dinámico y cambiante. (Propuesta de Maestría en Comunicación Política Estratégica, UCR, 2025).

La División Académica de la OPES considera que la definición del objeto de estudio de Comunicación Política Estratégica es clara.

4. Justificación de la creación de la carrera

Lo siguiente son extractos de una larga justificación de la creación de la carrera:

Las sociedades contemporáneas son mediatizadas. Muchos procesos sociales, económicos, culturales, y políticos, se desarrollan a partir de lógicas en las cuales convergen medios de comunicación y plataformas digitales. Esto hace que la comunicación sea clave para comprender las dinámicas de las sociedades actuales.

Sumado a lo anterior, el desarrollo vertiginoso de distintas tecnologías de la comunicación y su apropiación en la población implica una serie de retos. Ya sea desde las nuevas prácticas de datificación a la recepción de contenidos transnacionales, resulta necesario formar personas profesionales que puedan afrontar críticamente las necesidades organizacionales y sociales contemporáneas.

En el caso de Costa Rica, resulta evidente que las personas tienen un uso intensivo de los medios y las plataformas digitales. El informe *Nuestras apps de cada día (2023)* del Centro de Investigación en Comunicación (CICOM) de la Universidad de Costa Rica (UCR) revela que un 97% de la población utiliza aplicaciones de mensajería (e.g., WhatsApp, Telegram, Facebook Messenger, etc.), un 84% usa redes sociales (e.g., Facebook, Instagram, TikTok, etc.), y un 75% usa plataformas de entretenimiento (e.g., YouTube, Netflix, Spotify, etc.).

Lo anterior, genera una necesidad de desarrollar programas académicos que analicen los procesos de comunicación nacionales de manera crítica y profunda. A nivel de posgrado, esto se traduce en la oportunidad de construir sobre una serie de saberes, ya sea en las ciencias sociales o en otras áreas del conocimiento, para plantear un programa que le permita al estudiantado no solamente entender las prácticas mediáticas del momento, sino poder enfrentar aquellas nuevas dinámicas que se puedan articular en el futuro.

Ahora bien, una nueva maestría en comunicación apela a las necesidades profesionales de las personas graduadas en algún énfasis de este campo. La radiografía laboral 2022 del Observatorio Laboral de Profesiones (OLP) del Consejo Nacional de Rectores (CONARE) revela que las personas que estudiaron periodismo tienen un 100% de empleo. De este porcentaje, un 62,2% trabaja en la empresa privada, un 20,7% en instituciones autónomas y semiautónomas, un 3,4% en el gobierno central, y un 3,4% en empresas familiares propias o es una persona profesional liberal.

Esta misma radiografía laboral indica que las personas que estudiaron publicidad cuentan con un 92,3% de empleabilidad. De estas, un 95% labora en empresas privadas y un 5% en empresas familiares propias o es una persona profesional liberal. Por otro lado, las personas que estudiaron relaciones públicas tienen un 100% de porcentaje de empleo. Estas se desempeñan un 57% en la empresa privada, un 10,9% en el gobierno central, un 8,5% en instituciones autónomas y semiautónomas, y un 3,8% en empresas familiares propias o es una persona profesional liberal.

Finalmente, las personas que estudiaron producción audiovisual tienen un 100% de empleo. De este porcentaje, un 60,6% trabaja en la empresa privada, un 12,8% en instituciones autónomas y semiautónomas, un 8,4% en empresas familiares propias o es una persona profesional liberal, y un 4,2% en el gobierno central.

Sobre este punto, es importante señalar que los datos de la radiografía laboral 2022 del OLP de CONARE abarcan a personas graduadas de bachillerato y licenciatura en comunicación; asimismo, se debe subrayar que, en todos los énfasis, el mayor empleador es el sector privado. Estas cifras describen un panorama en el cual hay personas profesionales en comunicación que están trabajando en distintos tipos de organizaciones. Entonces, es posible visionar una necesidad de formación en estudios de posgrado que le permita a esta población obtener habilidades de reflexión crítica y de experticia práctica para atender los nuevos retos del campo académico y profesional de la comunicación.

Al mismo tiempo, un nuevo programa de posgrado en comunicación no solamente estaría dirigido a personas graduadas del campo. Este también apelaría a personas de otras ciencias sociales y áreas del conocimiento que tengan un interés intelectual o encaren labores profesionales relacionadas con procesos de comunicación.

Por ejemplo, dado el enfoque político de la nueva maestría académica y profesional, resulta pertinente conocer que la carrera cuenta con un índice de empleo de 89,7% según el estudio del OLaP de CONARE. Este porcentaje es más bajo que el promedio de las ciencias sociales (92,1%).

Entonces, este nuevo programa tiene el potencial de atraer a personas que estudiaron ciencias políticas y estén interesadas en la comunicación, al ser un área con mayor empleo y versatilidad.

En este respecto, se puede citar la consulta realizada por el Programa de Posgrado en Comunicación (PPC) de la UCR a personas empleadoras de personas graduadas de sus maestrías. En esta consulta, las personas empleadoras afirman la necesidad de formar figuras de expertos-asesores que puedan gestionar las metas, a nivel de comunicación, de una organización, y administrar los vínculos con sus diferentes públicos.

Del mismo modo, en esta consulta las personas empleadoras expresan la importancia de desarrollar programas que fomenten la polifuncionalidad de las personas graduadas para realizar múltiples tareas y tengan una postura crítica y proactiva frente a retos que puedan surgir en el futuro. Sumado a lo anterior, las personas empleadoras señalan que un programa en el cual las personas estudiantes desarrollan procesos de investigación les ayuda a generar profundidad sobre diversas temáticas y a poder realizar muchos tipos de actividades profesionales.

En resumen, las sociedades actuales están marcadas por muchos procesos de comunicación. Esto genera la necesidad de construir conocimientos críticos y rigurosos para navegar los desarrollos constantes de las tecnologías e industrias de la comunicación. En el contexto de Costa Rica, un nuevo posgrado en comunicación abre las puertas para crear un programa interesado en la reflexión teórica sobre nuevas prácticas mediáticas y su relación con diferentes problemáticas sociales; además, tiene la oportunidad de formar a generaciones de estudiantes en habilidades y herramientas para diseñar, gestionar, y evaluar los objetivos de organizaciones públicas, privadas, y sociales. (Propuesta de Maestría en Comunicación Política Estratégica, UCR, 2025).

La División Académica de la OPES considera que la justificación es apropiada puesto que evidencia con claridad la necesidad, la oportunidad y la relevancia del programa en el contexto costarricense e internacional.

5. Desarrollo académico en el campo de estudios del posgrado

Lo siguiente son extractos de la información enviada por la Universidad de Costa Rica en relación con el desarrollo académico en el campo de estudios del posgrado:

La unidad académica base del Programa de Posgrado en Comunicación – la Escuela de Ciencias de la Comunicación Colectiva--, tiene una importante experiencia temática en cuanto a estudios de teorías y metodologías, que conforman una parte importante del Bloque Común de la carrera de Comunicación.

[..]

La propuesta de un programa integrado, maestría académica y profesional, en dos aplicaciones específicas de la comunicación: comunicación política y comunicación estratégica, permitiría una vinculación directa con el nivel académico de grado, tanto por la profundización de contenidos de cursos actuales de algunas concentraciones (comunicación social, relaciones

públicas y periodismo) como por la especialización que las ofertas implican (política, gestión de la comunicación, estrategia), esto facultaría para una mejor resolución de las problemáticas institucionales e interorganizacionales en materia de comunicación.

Por otra parte, desde el Centro de Investigación en Comunicación, se han abordado diferentes temáticas en los últimos tres años dentro de los Programas de investigación vigentes, que guardan una clara relación con las propuestas. Desde el Programa de Medios, tecnología y sociedad se han realizado investigaciones vinculadas con la propuesta de maestría, como los estudios de Plataformas digitales de comunicación y elecciones presidenciales 2022 en Costa Rica y Participación política y desinformación en Costa Rica: el caso de WhatsApp.

También desde el Programa Narrativas, género y comunicación, las investigaciones Ciberactivismo feminista en Costa Rica: caracterización de la comunicación en red de agrupaciones feministas para la visibilidad política, y Mujeres y política: narrativas de negociación, confrontación y superación de la violencia política contra las mujeres en redes sociales en Costa Rica (2021-2022) aportan en esta línea temática.

Desde el Programa Ciudadanías comunicativas, medios de comunicación y democracia, se desarrollan temáticas como la del proyecto Libertad de expresión y derecho a la información en Costa Rica: construyendo un modelo de radiodifusión democrático, plural e inclusivo.

Y en el caso del Programa Procesos de Comunicación y Organización, se trabajan investigaciones como La evaluación de la comunicación en instituciones públicas de Costa Rica; El valor de lo público en tiempos de crisis: experiencias de personas trabajadoras de la Caja Costarricense de Seguro Social; y Gestión de la Responsabilidad Social Laboral en las organizaciones: implicaciones en la productividad y en la calidad de vida de las personas colaboradoras. Además, se cuenta con la Red temática para la evaluación de la comunicación de la gestión pública en pandemia por covid-19 (2020-2021), que gestó y coordina una investigadora del CICOM. [...]

Tal como se mencionó anteriormente, el Programa de Posgrado sostiene relación con el Centro de Investigación en Comunicación (CICOM) como parte de la articulación con su unidad base, la Escuela de Ciencias de la Comunicación Colectiva. La mayoría de sus docentes desarrollan investigación en el Centro y algunos estudiantes del Posgrado han participado como asistentes en investigaciones del CICOM. Además, como varios de los programas tienen una relación directa con las temáticas de esta propuesta de maestría, se generaría una sinergia para vincular tareas, actividades y posibilitar la participación de estudiantes del Posgrado en procesos de investigación del CICOM.

De igual forma, algunos de los docentes del Posgrado son investigadores activos del Instituto de Investigaciones Sociales, que reúne un espectro aún mayor de temáticas relacionadas con lo político. Con el Instituto se sostiene una relación activa y se han desarrollado actividades para apoyar investigaciones y también al estudiantado del Posgrado. De esta forma, se considera que este vínculo podrá favorecer también las sinergias para ejecutar actividades y alianzas para el desarrollo de la propuesta de maestría.

En el caso del Centro de Investigación y Estudios Políticos de la Universidad de Costa Rica ha desarrollado sinergias importantes varios de los programas de investigación del CICOM. Asimismo, algunos de sus docentes participan en la dirección o tutoría de algunos de Trabajos Finales de Graduación que tiene el Programa de Posgrado, por lo que

existe una relación que se considera será fortalecida con la propuesta de maestría.

En relación con el propio Programa de Posgrado en Ciencias Políticas se conversó con la Dirección acerca de esta nueva propuesta que generó el PPC y se consideró por ambas partes que significa precisamente una oportunidad para la vinculación a partir de la organización de actividades conjuntas. Dado el énfasis epistemológico de la maestría en la comunicación, se tiene claridad en ambas partes que no existe competencia sino complementariedad, pues muchas de las personas docentes propuestas para esta maestría son comunicadores graduados de ese Posgrado, o bien al contrario, son politólogos graduados del Posgrado en Comunicación, por lo que la necesidad de las dos miradas es un punto crítico en las personas docentes, sobre todo del tronco común que se propone para ambas salidas (profesional y académica). (Propuesta de Maestría en Comunicación Política Estratégica, UCR, 2025).

6. Objetivos del posgrado

LA UCR envió la siguiente información sobre el particular:

Objetivo general de la modalidad académica

El objetivo de este programa es proporcionar las herramientas teóricas y metodológicas para articular reflexiones sobre los procesos de comunicación política, organizacional y estratégica contemporáneos. Asimismo, el programa brindará los recursos conceptuales para promover prácticas de toma de decisiones organizacionales a partir del análisis de datos cualitativos y cuantitativos.

Para alcanzar la meta propuesta, el plan de estudios de este programa contiene cursos que girarán alrededor de los siguientes ejes: 1) teorías y metodologías de investigación en comunicación; 2) comunicación política; 3) estrategia y comunicación organizacional; y 4) análisis de datos.

La Universidad de Costa Rica, a través del Programa de Posgrado en Comunicación, busca la producción de conocimiento crítico sobre las prácticas y dinámicas comunicativas actuales y la relación entre medios, sociedad y cultura.

Objetivo general de la modalidad profesional

El objetivo de este programa es proporcionar las herramientas metodológicas y prácticas para diseñar, ejecutar, y evaluar procesos de comunicación política, organizacional y estratégica. Del mismo modo, el programa se enfocará en desarrollar habilidades profesionales para llevar a cabo prácticas de toma de decisiones organizacionales a partir del análisis de datos cualitativos y cuantitativos.

Para alcanzar la meta propuesta, el plan de estudios de este programa contiene cursos que girarán alrededor de los siguientes ejes: 1) teorías y metodologías de investigación en comunicación; 2) prácticas de comunicación política; 3) diseño, ejecución, y evaluación de estrategias en comunicación organizacional; ;4) análisis de datos.

Compartido por ambas modalidades

La Universidad de Costa Rica, a través del Programa de Posgrado en Comunicación, busca la formación de personas profesionales especializadas en comunicación política, organizacional, y estratégica con capacidad de mejorar la gestión y administración, y afrontar los retos de la

vinculación/negociación en y entre diferentes organizaciones públicas, privadas, y sociales del país. (Propuesta de Maestría en Comunicación Política Estratégica, UCR, 2025).

La División Académica de la OPES estima que los objetivos de la carrera, tanto el general como los específicos, son claros y, además, congruentes con el objeto de estudio presentado por la Universidad de Costa Rica.

7. Perfil académico-profesional

La Universidad de Costa Rica envió el siguiente perfil académico-profesional:

Modalidad académica

La persona graduada de la maestría académica en Comunicación Política Estratégica deberá adquirir los siguientes conocimientos, habilidades y destrezas, y valores después de concluir el programa:

Conocimientos:

- Principales trayectorias de los estudios en comunicación
- Tendencias contemporáneas de los estudios en comunicación
- Principios epistémicos y teóricos de la comunicación política
- Principios epistémicos y teóricos de la comunicación organizacional
- Pensamiento estratégico
- Metodologías avanzadas de investigación en comunicación
- Análisis de datos cualitativos y cuantitativos

Habilidades y destrezas

- Comprender las principales trayectorias de los estudios en comunicación
- Poseer un conocimiento sobre las tendencias contemporáneas de los estudios en comunicación
- Tener la capacidad de articular reflexiones críticas a partir de los principios epistémicos y teóricos de la comunicación política.
- Tener la capacidad de articular reflexiones críticas a partir de los principios epistémicos y teóricos de la comunicación organizacional.
- Utilizar las premisas del pensamiento estratégico para analizar los procesos de comunicación contemporáneos.
- Tener la capacidad de formular y ejecutar investigaciones empíricas en comunicación.
- Conocer las principales herramientas de análisis de datos cualitativos y cuantitativos para fomentar prácticas de toma de decisiones en organizaciones públicas, privadas, o sociales.

Actitudes y valores

- Pensamiento crítico sobre la realidad nacional.
- Reflexión constante sobre las relaciones de poder que marcan los procesos de comunicación política, organizacional, y estratégica.
- Compromiso con los valores humanistas de la Universidad de Costa Rica.
- Deseo de contribuir con el progreso del país y la transformación social.

- Ética académica y profesional. (Propuesta de Maestría en Comunicación Política Estratégica, UCR, 2025).

Modalidad profesional

La persona graduada de la maestría profesional en Comunicación Política Estratégica deberá adquirir los siguientes conocimientos, habilidades y destrezas, y valores después de concluir el programa:

Conocimientos:

- Principales trayectorias de los estudios en comunicación
- Tendencias contemporáneas de los estudios en comunicación
- Principios prácticos de la comunicación política
- Principios prácticos de la comunicación organizacional
- Principios prácticos del manejo de riesgo/crisis en contextos organizacionales.
- Aplicación del pensamiento estratégico en organizaciones públicas, privadas, y sociales.
- Metodologías de investigación en comunicación para el diseño, la ejecución, y la evaluación de estrategias de comunicación política y organizacional.
- Análisis de datos cualitativos y cuantitativos para la toma de decisiones.

Habilidades y destrezas

- Comprender las principales trayectorias de los estudios en comunicación
- Poseer un conocimiento sobre las tendencias contemporáneas de los estudios en comunicación
- Tener la capacidad de construir procesos de comunicación a partir de los principios prácticos de la comunicación política.
- Tener la capacidad de construir procesos de comunicación a partir de los principios prácticos y éticos de la comunicación organizacional
- Utilizar los recursos del pensamiento estratégico para elaborar estrategias en organizaciones públicas, privadas, y sociales en contextos cambiantes.
- Capacidad para montar rutas estratégico-políticas para organizaciones de diferente tipo.
- Capacidad para plantear escenarios políticos y soluciones acorde.
- Tener la capacidad de diseñar, ejecutar, y evaluar estrategias de comunicación política y organizacional.
- Conocer las principales herramientas de análisis de datos cualitativos y cuantitativos para incidir en prácticas de toma de decisiones en organizaciones públicas, privadas, o sociales.

Actitudes y valores

- Pensamiento crítico sobre la realidad nacional.
- Reflexión constante sobre las relaciones de poder que marcan los procesos de comunicación política, organizacional, y estratégica.
- Compromiso con los valores humanistas de la Universidad de Costa Rica.
- Deseo de contribuir con el progreso del país y la transformación social.
- Ética académica y profesional. (Propuesta de Maestría en Comunicación Política Estratégica, UCR, 2025).

La División Académica de la OPES considera que dicho perfil es congruente con el objeto de estudio y los objetivos de la carrera, presentados anteriormente. La valoración técnica-profesional de la OPES sobre el perfil y otros elementos curriculares, como la estructura curricular y los contenidos del plan de estudios es que esos elementos son congruentes entre sí.

Esta Oficina ha constatado que se cumple con los requerimientos para el grado académico de Maestría en su modalidad profesional en el *Marco de Cualificaciones para la Educación Superior Centroamericana (MCESCA)* ².

8. Campo de inserción laboral de los graduados

Según la UCR, los graduados de la carrera trabajan en las siguientes empresas y organizaciones:

Organizaciones e industrias de la comunicación

Desde medios de comunicación tradicionales hasta agencias de publicidad o relaciones públicas, hay una necesidad de contar con personal con una buena formación en investigación y en el uso de herramientas como el análisis de datos. La nueva maestría buscaría formar personas capaces de trabajar con distintas estructuras organizacionales para desarrollar muchos tipos de objetivos y proyectos, sean en relación con el Estado, o bien en articulación con la comunidad, sea para proyectos conjuntos, alianzas o para incidir en toma de decisiones en órganos locales o nacionales.

Gobierno e instituciones autónomas

El gobierno central y otras instituciones autónomas necesitan personas encargadas de procesos de comunicación para diseñarlos, ejecutarlos, y evaluarlos. Con esta maestría, se puede formar nuevas generaciones de personas profesionales que asuman las riendas de la comunicación institucional del sector público costarricense y que también construyan proyectos para escuchar y trabajar con comunidades vulnerables y movimientos sociales, para vincular la institucionalidad pública con comunidades, para la construcción de alianzas público-privadas que optimicen los recursos y aprovechen las capacidades de cada parte; igualmente, una persona profesional con este perfil podría facilitar las vías de negociación con el gobierno para proyectos de desarrollo o administración de concesiones.

Partidos políticos y organismos internacionales

El énfasis estratégico de esta maestría hace que su perfil de salida sea atractivo para agrupaciones políticas, como partidos tradicionales, u organismos internacionales. Las personas graduadas serán capaces de articular proyectos políticos acorde a diversos objetivos organizacionales. Adicionalmente, estas personas obtendrán habilidades de administración y

² CSUCA, Marco de Cualificaciones para la Educación Superior Centroamericana, 2018.

toma de decisiones basada en datos que les permitirá trabajar con equipos internacionales en diferentes organismos.

Organizaciones sin fines de lucro

La nueva maestría profesional les dará a las personas estudiantes herramientas y recursos para trabajar con distintas necesidades organizacionales y requerimientos de vinculación para alcanzar objetivos diversos. Esto hará que sean aptas para trabajar con las realidades de las organizaciones sin fines de lucro. En los cursos, obtendrán conocimientos para gestionar muchos escenarios de operación y para afrontar diversas situaciones presupuestarias. (Propuesta de Maestría en Comunicación Política Estratégica, UCR, 2025).

Esta Oficina considera que el campo laboral proyectado para los graduados es amplio y realista; éste contempla sectores como medios tradicionales, agencias, el gobierno, partidos políticos y organismos internacionales. Existe correspondencia entre las destrezas, habilidades, conocimientos y actitudes que se describen en el perfil y las demandas observadas en el sector laboral, según los datos aportados. .

9. Carreras afines en la Educación Superior

En Comunicación se ofrecían seis maestrías carreras en 2025. La lista completa se presenta en el Cuadro N°1:

CARRERAS DE MAESTRÍA EN COMUNICACIÓN AUTORIZADAS EN COSTA RICA, POR AÑO DE CREACIÓN Y UNIVERSIDAD. 2024

Carrera	Grado	Universidad	Año
Publicidad	M	Universidad Latina de Costa Rica	1990
Comunicación	M	Universidad para la Paz	1992
Comunicación	M	Universidad de Costa Rica	1995
Comunicación y Mercadeo	M	Universidad Latina de Costa Rica	1996
Publicidad	M	Universidad Autónoma de Centro América	2007
Comunicación	M	Universidad de Costa Rica	2008

FUENTE: Base de datos de oportunidades académicas, División Académica, 2025.

10. Datos de empleabilidad del Observatorio Laboral de Profesiones

En el Estudio de seguimiento de personas graduadas del posgrado 2017-2019 de las universidades estatales costarricenses del Observatorio Laboral de Profesiones no se incluyó ninguna Maestría en Comunicación.

11. Requisitos de ingreso y de permanencia

Según la Universidad de Costa Rica, los requisitos de ingreso son los siguientes:

- Poseer un Bachillerato o Licenciatura, preferiblemente en Ciencias Sociales o Letras. Si el grado no es en Comunicación, la Comisión de Posgrado podrá solicitar que los estudiantes lleven cursos nivelatorios.
- Poseer un promedio de notas preferiblemente superior a 8.00.
- Manejo instrumental de un idioma moderno.
- Dedicación de jornada media/completa.
- Cumplir con lo señalado en los estatutos y reglamentos sobre el proceso de admisión a la Universidad de Costa Rica.

En cuanto a los requisitos de permanencia, se establece que son los que establece al respecto la Universidad de Costa Rica. Esta Oficina considera que los requisitos de ingreso a la carrera planteados, así como los de permanencia son apropiados y congruentes con la normativa vigente.

12. Requisitos de graduación

Para graduarse se requiere aprobar todas las actividades de la estructura curricular y cumplir con otros requisitos administrativos y financieros establecidos por la Universidad de Costa Rica. Los requisitos de graduación planteados son apropiados.

13. Actividades de formación académica

La estructura curricular de la carrera, presentada en el Anexo A, consta de 66 créditos para la modalidad académica y de 61 créditos para la modalidad profesional de maestría, que establece, entre otros aspectos, que al menos 40 créditos deben dedicarse a cursos, así como con la normativa relacionada con la modalidad académica, la cual, establece, entre otros puntos, que la investigación de tesis debe contemplar al menos 30 créditos. También se cumple con la normativa relativa a la duración, el número de créditos por ciclo lectivo y el total de créditos de la carrera respecto al grado de Maestría.

14. Descripción de las actividades de formación académica del posgrado

Los programas de las actividades de formación académica del posgrado se muestran en el Anexo B.

15. Correspondencia del equipo docente con las actividades académicas

En el Anexo C, se indica el personal docente de cada uno de los cursos del posgrado. En el Anexo D se muestran sus grados académicos. Todos cumplen con el requisito de poseer al menos el grado de Maestría y sus diplomas o su experiencia laboral son afines con la asignatura que impartirá cada uno de ellos y muestran, aparte de solidez académica, un nivel de interdisciplinariedad apropiado para una maestría como la propuesta. También se cumplen los requisitos del profesorado para la modalidad académica de maestría.

16. Autorización de la unidad académica para impartir posgrados

La Escuela de Ciencias de la Comunicación Colectiva fue autorizada a impartir posgrados en la sesión 15-1995, del 30 de setiembre de 1995, cuando se abrió la Maestría en Comunicación.

17. Ficha de información para la gestión de datos

DIVISIÓN ACADÉMICA

FICHA DE INFORMACIÓN PARA GESTIÓN DE DATOS

Nombre de la carrera: Comunicación Política Estratégica
Universidad: Universidad de Costa Rica
Grados académicos: Maestría
Nombre de las titulaciones: Maestría Académica en Comunicación Política Estratégica
Maestría Profesional en Comunicación Política Estratégica

Clasificación carreras STEM

Carrera STEM

Sí

No

Número de créditos totales
61 y 66

Número de periodos totales
Siete

Tipo de ciclo o periodo
Semestral y dos veranos

Clasificación Campos de Educación y Formación (CINE-F 2013), UNESCO:

Campo amplio (área)

03 Ciencias sociales, periodismo e información

Campo específico (disciplina)

038 Programas interdisciplinarios y certificaciones que involucran ciencias sociales, periodismo e información

Campo detallado (carrera)

0388 Programas interdisciplinarios y certificaciones que involucran ciencias sociales, periodismo e información

Observaciones Generales

Es una creación.

18. Conclusiones

- La propuesta curricular planteada cumple con los requisitos formales, con la normativa aprobada por el CONARE en el *Convenio para unificar la definición de crédito en la Educación Superior*³ y en el *Convenio para crear una nomenclatura de grados y títulos de la Educación Superior Estatal*⁴, con los requerimientos para el grado académico de Maestría y modalidad profesional en el *Marco de Cualificaciones para la Educación Superior Centroamericana* (MCESCA)⁵, así

³ Aprobada por el CONARE en la sesión del 10 de noviembre de 1976.

⁴ Aprobado por el CONARE y ratificado por los Consejos Universitarios e Institucional. Publicado en La Gaceta (Diario Oficial) 190 de 16 de octubre de 2023, páginas 42 a 46.

⁵ CSUCA, Marco de Cualificaciones para la Educación Superior Centroamericana, 2018.

como con los procedimientos establecidos por el documento *Lineamientos para la creación y el rediseño de carreras universitarias estatales* 6.

- La Universidad de Costa Rica delimita con rigor el objeto de estudio, ofrece una justificación académicamente consistente para la creación del programa y demuestra un desarrollo sostenido en Comunicación Política en la Escuela de Ciencias de la Comunicación Colectiva, lo cual valida la factibilidad de la propuesta.
- El plan curricular presentado evidencia una articulación coherente entre el objeto de estudio, los objetivos formativos del posgrado y el perfil académico-profesional proyectado para sus graduados, garantizando así su relevancia y solidez académica.
- El desarrollo de la unidad académica proponente en el campo de Comunicación Política respalda la capacidad académica, técnica y de gestión para implementar y consolidar esta carrera.
- El personal docente, además de cumplir con los requisitos normativos establecidos, acredita una trayectoria académica consolidada y una orientación interdisciplinaria que fortalece de manera significativa la calidad y competitividad del programa.
- La Oficina de Planificación de la Educación Superior valora de manera positiva la iniciativa planteada, en tanto orienta las capacidades y fortalezas de la universidad estatal al fortalecimiento de la reflexión política en la sociedad, promoviendo dinámicas de intercambio y aprendizaje recíproco que amplifican el impacto social de la Educación Superior Estatal.
- Según la Universidad de Costa Rica, se consultaron fuentes, sectores y datos actualizados que respaldan de manera consistente las demandas sociales y laborales identificadas, de forma que la iniciativa de creación de la maestría se formula como una respuesta pertinente a una necesidad real y actual, coherente con las dinámicas sociales contemporáneas.

⁶ Aprobado por el Consejo Nacional de Rectores en la sesión N°41-2022 celebrada el 18 de octubre de 2022.

19. Recomendaciones

Con base en las conclusiones del presente estudio, se recomienda lo siguiente:

- Que la Universidad de Costa Rica proceda con la creación de la Maestría *en Comunicación Política Estratégica*, de acuerdo con los términos expresados en este dictamen, por cuatro promociones, cada una de ella abierta cada dos años.
- Se recomienda que la Universidad de Costa Rica establezca mecanismos periódicos de evaluación y mejora continua de esta carrera, con participación activa de egresados, empleadores y docentes, así como la población estudiantil, especialmente en relación con el impacto en la sociedad costarricense, que aseguren su buena marcha, desarrollo, actualización y pertinencia.

ANEXO A

**ESTRUCTURA CURRICULAR DE LA MAESTRÍA EN COMUNICACIÓN POLÍTICA
ESTRATÉGICA DE LA UNIVERSIDAD DE COSTA RICA**

ANEXO A.1

ESTRUCTURA CURRICULAR DE LA MAESTRÍA ACADÉMICA EN COMUNICACIÓN POLÍTICA ESTRATÉGICA DE LA UNIVERSIDAD DE COSTA RICA

CICLO Y CURSO	CRÉDITOS
<u>I Semestre (16 semanas)</u>	<u>12</u>
Estrategias de comunicación política	4
Comunicación y cultura política	4
Métodos de investigación para la comunicación política estratégica	4
<u>II Semestre (16 semanas)</u>	<u>12</u>
Gestión estratégica de la comunicación política	4
Análisis del discurso político	4
Análisis de datos para la comunicación política estratégica	4
<u>I Ciclo de Verano (8 semanas)</u>	<u>4</u>
Comunicación organizacional política	4
<u>III Semestre (16 semanas)</u>	<u>10</u>
Tecnología aplicada a la comunicación política estratégica	4
Taller de investigación I	6
<u>IV Semestre (16 semanas)</u>	<u>10</u>
Evaluación de procesos de comunicación política estratégica	4
Taller de investigación II	6
<u>II Ciclo de Verano (8 semanas)</u>	<u>6</u>
Taller de investigación III	6
<u>V Semestre (16 semanas)</u>	<u>12</u>
Seguimiento de Tesis	6
Defensa de Tesis	6
<i>Total de créditos de la Maestría Académica</i>	<i>66</i>

ANEXO A.2

ESTRUCTURA CURRICULAR DE LA MAESTRÍA PROFESIONAL EN COMUNICACIÓN POLÍTICA ESTRATÉGICA DE LA UNIVERSIDAD DE COSTA RICA

CICLO Y CURSO	CRÉDITOS
<u>I Semestre (16 semanas)</u>	<u>12</u>
Estrategias de comunicación política	4
Comunicación y cultura política	4
Métodos de investigación para la comunicación política estratégica	4
<u>II Semestre (16 semanas)</u>	<u>12</u>
Gestión estratégica organizacional	4
Análisis del discurso político	4
Análisis de datos para la comunicación política estratégica	4
<u>I Ciclo de Verano (8 semanas)</u>	<u>4</u>
Comunicación organizacional política	4
<u>III Semestre (16 semanas)</u>	<u>13</u>
Seminario (Asuntos públicos e incidencia política)	4
Tecnología aplicada a la comunicación política estratégica	4
Proyecto de investigación 1	5
<u>IV Semestre (16 semanas)</u>	<u>9</u>
Evaluación de procesos de comunicación política estratégica	4
Proyecto de investigación 2	5
<u>II Ciclo de Verano (8 semanas)</u>	<u>5</u>
Proyecto de investigación 3	5
<u>V Semestre (16 semanas)</u>	<u>6</u>
Presentación del proyecto final de graduación	6
<i>Total de créditos de la Maestría Profesional</i>	<i>61</i>

ANEXO B

**TEMÁTICAS DE LOS CURSOS DE LA MAESTRÍA EN COMUNICACIÓN POLÍTICA
ESTRATÉGICA DE LA UNIVERSIDAD DE COSTA RICA**

ANEXO B

TEMÁTICAS DE LOS CURSOS DE LA MAESTRÍA EN COMUNICACIÓN POLÍTICA ESTRATÉGICA DE LA UNIVERSIDAD DE COSTA RICA

Nombre del curso	Objetivos	Temática resumida (contenidos)
Teorías y tendencias en los estudios en comunicación	<p><u>Objetivo general:</u> Comprender los estudios en comunicación como un campo inter-, multi-, y transdisciplinar de las ciencias sociales enfocado en estudiar prácticas e interacciones comunicativas como procesos sociales, económicos, culturales, y políticos.</p> <p><u>Objetivos específicos:</u> 1 Reflexionar sobre las tensiones político-económicas que sustentan los procesos de producción mediática. 2 Examinar las estructuras simbólicas, narrativas, e ideológicas que subyacen en la creación de representaciones mediáticas. 3 Explorar las posibilidades y límites de los públicos y las audiencias en los procesos de recepción mediática. 4 Entender la dimensión material de la comunicación y los procesos sociotécnicos que se desarrollan en la vida cotidiana contemporánea.</p>	<p><u>Módulo 1: Producción mediática</u> 1 Industrias culturales y conglomerados mediáticos 2 Formatos, géneros, y producción mediática 3 Concentración y regulación de los medios 4 Poder y desigualdades digitales</p> <p><u>Módulo 2: Contenidos mediáticos</u> 1 Semiosis y la creación social del sentido 2 Medios y estructuras narrativas 3 Ideología, hegemonía, y comunicación 4 Deconstrucción y nuevas poéticas</p> <p><u>Módulo 3: Consumo y audiencias mediáticas</u> 1 Públicos, audiencias, y usuarios 2 Consumo y mercados transnacionales 3 Mediaciones y cultura popular 4 Memorias, diásporas, y fandoms.</p> <p><u>Módulo 4: Tecnologías mediáticas</u> 1 La comunicación como infraestructura material y ecología. 2 Teoría del actor-red y sociología de la traducción 3 Algoritmos, inteligencia artificial y mediatización profunda 4 Transhumanismo y nuevas fronteras del cuerpo</p>

<p>Teoría política, Estado de derecho y democracia</p>	<p><u>Objetivo general:</u> Que las y los estudiantes adquieran una comprensión satisfactoria de las nociones básicas en ciencias políticas y jurídicas directamente relacionadas con el estudio y el ejercicio de la comunicación política en la actualidad.</p> <p><u>Objetivos específicos:</u> 1 Comprender las raíces filosóficas de los sistemas políticos, problematizadas con sus dinámicas prácticas en la actualidad. 2 Profundizar en la idea de democracia, en relación con los desafíos que atraviesa en el presente. 3 Analizar las formas en que los distintos diseños institucionales condicionan los procesos políticos en una sociedad. 4 Estudiar los distintos elementos del fenómeno electoral y su incidencia en las características que adquiere la participación política de la ciudadanía y los demás actores del proceso electoral. 5 Discernir las patologías más sobresalientes de los procesos políticos contemporáneos y los impactos que tienen en su desarrollo.</p>	<p>1 Sistemas políticos. Democracia como sistema político. ¿Qué es la política? Política, Estado y sociedad civil. Política y capitalismo tardío.</p> <p>2 Teoría democrática. Historia, evolución y estadio actual de la democracia. Democracia, conocimiento y complejidad. Populismo y crisis de la democracia.</p> <p>3 Formas de gobierno. Presidencialismo, parlamentarismo y regímenes híbridos. Representación política y crisis de los partidos políticos. Espacio público y mediatización de la política.</p> <p>4 Sistemas electorales. Derecho Electoral. Fórmula electoral y otros elementos del sistema. Proceso y campaña electoral.</p> <p>5 Antipolítica y posverdad. Antipolítica y participación ciudadana. Posverdad e integridad electoral. Libertad de expresión y discursos de odio.</p>
--	--	---

Estrategias de comunicación política	<p><u>Objetivo general:</u> Que el estudiantado conozca el proceso de planificación estratégica aplicada a la comunicación política, basada en el análisis de entorno.</p> <p><u>Objetivos específicos:</u> 1 Al finalizar el curso el estudiantado estará en la capacidad de: 2 Comprender la labor e impacto de la persona estratega de la comunicación en el logro de los objetivos de una organización, sector o individuo político. 3 Desarrollar la capacidad analítica para leer el contexto de comunicación en el que se desenvuelve una organización, sector o individuo político. 4 Obtener habilidades para la gestión de estrategias de comunicación política efectivas, a partir de la investigación, planificación, ejecución y evaluación de las estrategias y tácticas.</p>	<p>A. ABORDAJE TEÓRICO:</p> <p>1. Conceptualización 1.1.Introducción a la comunicación política: Relación entre comunicación y política 1.2.Conceptualización de estrategia:Relación entre estrategia y comunicación. Componentes de la comunicación estratégica 2.Labor e impacto del equipo estratégico de comunicación: 2.1. Funciones de la comunicación estratégica en las organizaciones políticas: Tipos y clases de organizaciones políticas (posibles clientes). 2.2. Características y cualidades del equipo estratégico</p> <p>B. ABORDAJE PRÁCTICO</p> <p>1.Planificación estratégica de la comunicación: 1.1. Bases para la planificación estratégica de comunicación: Paso a paso del proceso de planificación estratégica Coherencia discursiva en los procesos de planificación estratégica Pitching de una propuesta estratégica 1.2.Diagnóstico: Análisis del entorno en comunicación política Diagnósticos organizacional, situacional y comunicacional 1.3. Caracterización de los públicos estratégicos: Mapeo de públicos Incorporación de públicos internos en el proceso estratégico 1.4.Definición de objetivos estratégicos 1.5.Creatividad estratégica: Definición de las tácticas y actividades 1.6. Programación, cronograma y seguimiento 1.7.Evaluación</p>
--------------------------------------	---	--

Comunicación y cultura política

Objetivo general:

Entender las características, estándares jurídicos y éticos, métodos y procedimientos de la gestión de la comunicación política en la cultura política democrática, liberal y republicana, así como las diferencias con el ejercicio de la comunicación política autoritaria-populista.

Objetivos específicos:

1. Identificar las diferencias entre la comunicación política democrática-liberal y la autoritaria-populista.
2. Entender la relevancia práctica para la convivencia social de las estrategias y tácticas de la gestión comunicacional democrática-liberal.
3. Conocer la evolución histórica y las manifestaciones actuales de la comunicación política autoritaria-populista y sus impactos sobre las sociedades democráticas.
4. Aprender los estándares internacionales vigentes para el ejercicio de la libertad de expresión y de la gestión de la comunicación política democrática.
5. Conocer los principales procedimientos de gestión de crisis políticas y reputacionales en el contexto de una cultura política democrática-liberal.

Módulo 1: Conceptos y prácticas:

- Que es cultura política y sus tipologías.
- Medios de comunicación y cultura política: funciones, interacciones. Las reglas de la comunicación política en democracia. El funcionamiento y dinámicas de los medios, principios noticiosos, los valores periodísticos. Buenas y malas prácticas comunicacionales para el fortalecimiento de la democracia.
- La gestión de la fricción natural entre medios y organizaciones.
- Vocería y gestión de prensa institucional democrática. Qué hacer y qué no. Donde están las líneas rojas.
- Realidades y retos de las redes sociales para el fortalecimiento democrático.

Modulo 2: La comunicación política autoritaria-populista:

- De Goebbels, Ponsonby y Barneys a Roger Stone, Steve Bannon, Analítica y Alex Jones. Personajes, contextos, métodos, evolución y resultados.
- Mitos y realidades de la comunicación política autoritaria-populista.
- Estrategias y tácticas: granjas de troles, bots, información falsa, corrupción de periodistas y medios, alteración de encuestas, el "doublespeaking" orweliano.
- Desinformación: en qué consiste ¿Es posible combatirla o contrarestarla?
- Los mercenarios digitales: triunfos y miserias.

Modulo 3. Estándares de Libertad de expresión y gestión de la comunicación política democrática:

- Principios de la libertad de expresión,
- Estándares internacionales en acceso a información pública, protesta social, publicidad oficial.
- Jurisprudencia clave interamericana acerca de la interacción entre medios y poder político.
- Jurisprudencia clave costarricense acerca de la interacción entre medios y poder político.
- El fenómeno del uso de la libertad de expresión para combatir la democracia y la libertad de expresión. ¿Es posible contrarrestarlo? De Der Sturmer a la Prensa Chicha, Trump y Musk
- El contexto costarricense. Diferentes casos y estilos de gestión de la comunicación política gubernamental.

Modulo 4. La gestión de las crisis políticas y reputacionales en el contexto de la cultura política democrática.

		<p>-Lógica y retórica: falacias y figuras retóricas. El análisis lógico ante las crisis: qué es verdad, qué es falso, qué se presenta como verdadero siendo falso y viceversa.</p> <p>-¿Es posible responder ataques y desinformación con racionalidad, lógica y datos?</p> <p>-Principales amenazas comunicaciones sobre las organizaciones: Invisibilización, ataque, desinformación, desastres operacionales, cancelación.</p> <p>-Reacción organizacional cuando las críticas y las crisis son reales.</p> <p>-“Plan de zafarrancho”. La previsión del peor escenario para la organización política.</p>
--	--	--

<p>Métodos de investigación para la comunicación política estratégica</p>	<p><u>Objetivo general:</u> Que las personas estudiantes desarrollen las competencias necesarias para seleccionar, aplicar y adaptar los principales métodos de investigación en comunicación política estratégica, tanto tradicionales como emergentes, en distintos contextos académicos y profesionales.</p> <p><u>Objetivos específicos:</u> → Analizar los principales fundamentos teóricos, tensiones y paradigmas de investigación en la comunicación política estratégica y sus diversas aplicaciones → Desarrollar competencias para la aplicación de métodos de investigación cuantitativos, cualitativos y mixtos en el ámbito de la comunicación política estratégica y sus diferentes contextos. → Dar a conocer nuevas perspectivas, técnicas y métodos de investigación emergentes de la comunicación política estratégica con el fin de que las personas estudiantes conozcan y puedan hacerle frente a los principales desafíos contemporáneos del sector.</p>	<p>1) Fundamentos de la investigación en comunicación política estratégica → Fundamentos de la Comunicación Política. → Constructivismo - Positivismo - Enfoque Crítico → Diferencias entre métodos y metodología → Tendencias de la investigación en Comunicación Política → Diferencias y tensiones en métodos de investigación del ámbito académico y el práctico-profesional</p> <p>2) Métodos de investigación cuantitativos, cualitativos y mixtos en la comunicación política → Método etnográfico → Introducción a estudios de opinión pública (encuestas, sondeos, recolección de datos) → Teoría fundada (Grounded Theory) para desarrollar marcos explicativos emergentes → Entrevistas como método de recopilación de información (entrevistas a profundidad, guías) → Grupos focales y grupos de discusión en estrategias de comunicación política estratégica → Análisis de coyuntura</p> <p>3) Nuevas perspectivas y herramientas ágiles para la comunicación política estratégica → Métodos para el mapeo de stakeholders y para el diagnóstico de vulnerabilidades → Etnografía virtual → Recolección y procesamiento de datos con IA generativa → Métodos ágiles para estrategias de comunicación política estratégica → Gamificación, comunicación interactiva y modelo participativo en comunicación política</p>
---	---	---

<p>Gestión estratégica de la comunicación política</p>	<p><u>Objetivo general:</u> Que el estudiantado conozca los fundamentos para una gestión directiva de la estrategia en el campo de la comunicación política para organizaciones de diferentes tipos y para sectores de diversa índole, con el propósito de la puesta en práctica de la gestión de la comunicación política como profesionales estrategias internos o externos en las organizaciones o sectores</p> <p><u>Objetivos específicos:</u> 1 Comprender el impacto que tiene el trabajo de la persona estratega para el logro de la gestión de la comunicación política. 2 Entender la necesidad de investigar, evaluar y analizar las características organizacionales, el entorno externo y los intangibles para el logro de los objetivos de gestión de la comunicación política. 3 Reconocer la necesidad de alinear las rutas y estrategias de comunicación política con las directrices y características organizacionales para apoyar el cumplimiento de los objetivos corporativos, institucionales y organizacionales, desarrollar los intangibles organizacionales/sectoriales, crear y fortalecer vínculos de confianza. 4 Interiorizar cómo se lleva a cabo la gestión de las estrategias de comunicación política establecidas en las organizaciones o sectores mediante el estudio de buenas prácticas de comunicación política estratégica para enriquecer el ejercicio de las personas estrategias en comunicación como agentes de cambio en la transformación social hacia un mayor bienestar de las organizaciones y sus stakeholders.</p>	<p>1.Desempeño de la persona estratega de la gestión de la comunicación política en organizaciones o sectores: a.Visión integral de los procesos de comunicación política y de los objetivos organizacionales o sectoriales (análisis de coyuntura) b.Rol de la persona estratega de comunicación política/asuntos públicos en las organizaciones o sectores</p> <p>2.Desarrollo de la estrategia organizacional de comunicación política: a.Análisis de la organización o sector y su entorno (contexto económico, social, político, regulatorio, tecnológico) e interpretación de la realidad (con análisis de identidad, cultura, imagen y reputación) b.Análisis de los posibles próximos escenarios según las condiciones políticas c.Mapeo de actores e intereses, mapeo de riesgos, oportunidades y amenazas d.Cómo demostrar el impacto en las organizaciones o sectores y en gobierno y autoridades e.Lobby y otras herramientas</p> <p>3.Rutas y estrategias de comunicación política para fortalecer los intangibles organizacionales/sectoriales: a.Definición de rutas estratégicas en la gestión de la comunicación política en las organizaciones o sectores (alineamiento con las directrices y características organizacionales para apoyar objetivos organizacionales) b.Fortalecimiento de vínculos para generar confianza c.Prevenición y gestión de crisis de comunicación política d.Proactividad en formulación e influencia en políticas públicas (áreas de encuentro organización/sector y autoridades)</p> <p>4.Buenas prácticas de gestión de la comunicación política estratégica en organizaciones y sectores: a.Cumplimiento, ética y transparencia b.Casos de cámaras empresariales de gestión estratégica de comunicación política c.Casos de organizaciones o sectores sobre gestión de estrategia de comunicación política con el stakeholder gobierno o autoridades: alianzas público-privadas, alianzas interorganizacionales, motores de políticas públicas d.Estrategas de comunicación política como agentes de cambio en la transformación social</p>
--	---	---

<p>Tecnología aplicada a la comunicación política estratégica</p>	<p><u>Objetivo general:</u> Propiciar en el estudiantado las competencias para identificar, comprender y aprovechar las tecnologías en el ejercicio de la comunicación política estratégica, a partir de un abordaje crítico y ético.</p> <p><u>Objetivos específicos:</u> 1 Comprender la vinculación de las tecnologías con la comunicación política estratégica. 2 Discriminar retos a los cuales se enfrenta la comunicación política estratégica en relación con las tecnologías. 3 Sensibilizar a las personas estudiantes respecto a los procesos de producción de las tecnologías. 4 Fortalecer las capacidades de análisis del uso de las tecnologías en la comunicación política estratégica.</p>	<p>Clase 1. Introducción al curso. Objetivo: Brindar un panorama general de los contenidos por tratar a lo largo del curso. Conceptos clave: Tecnología, Comunicación y tecnología, Tecnologías digitales, Tecnologías analógicas, Algoritmos.</p> <p>Clase 2. Presentación del concepto de tecnología. Objetivo: Presentar el concepto de tecnología y su vinculación con la comunicación. Conceptos clave: Tecnología, Comunicación y tecnología, Determinismo tecnológico, Tecnologías de la información y la comunicación.</p> <p>Clase 3. Tecnología en la comunicación política Objetivo: Identificar el proceso de construcción y producción de las tecnologías Conceptos clave: Construcción social de las tecnologías y Producción social de las tecnologías.</p> <p>Clase 4. Introducción a la tecnopolítica Actividades: Clase magistral y debate sobre el rol de la tecnología en la comunicación política Objetivo: Discriminar el rol de la tecnología en la comunicación política Conceptos clave: Tecnopolítica, Ciudadanía Comunicativa, Democracia digital, e-gobierno y e-participación, Ciberpolítica, Ciberactivismo y Hacktivismo.</p> <p>Módulo 2. Clase 5. Tecnología en la comunicación pública Objetivo. Introducir retos de la tecnología en la comunicación pública Modalidad: Virtual sincrónica Conceptos clave: Comunicación pública de gobierno, Gobernanza de la comunicación de gobierno y Desinformación Clase 6. Deshumanización de la comunicación pública Objetivo. Identificar problemas relacionados con la vinculación de la tecnología en la comunicación pública Conceptos clave: Bienes intangibles de la comunicación pública, Automatización y robotización Clase 8. Inteligencia artificial y comunicación pública</p>
---	--	--

		<p>Objetivo. Identificar Conceptos clave: Inteligencia artificial, aprendizaje automatizado Clase 7. Políticas públicas de las tecnologías y la comunicación Objetivo. Presentar políticas públicas relacionadas con las tecnologías de la información y la comunicación en Costa Rica</p> <p>Módulo 3. Clase 9. Diseño de experiencias e interactividad Objetivo. Introducir los procesos de diseño de las tecnologías Conceptos clave: Diseño de interacción (IxD), Diseño de experiencias de personas usuarias (UXD), Diseño de interfaces (UID). Clase 10. Comunicación política centrada en las personas Objetivo. Evaluar el diseño de estrategias dirigidas a partir de datos Conceptos clave: Analítica de datos, Optimización de motores de búsqueda, Mercadeo digital, Diseño centrado en las personas (UCD) Clase 11. Accesibilidad digital y participación Objetivo. Sensibilizar respecto a la relevancia de la accesibilidad de contenidos en la comunicación política estratégica Conceptos clave: Accesibilidad digital, Pautas de accesibilidad de contenidos web (WCAG), Iniciativa de Accesibilidad Web (WAI), Clase 12. Inteligencia artificial para la comunicación política estratégica Objetivo. Experimentar los usos y los límites de la inteligencia artificial en la comunicación política Modalidad: Virtual</p> <p>Módulo 4. Clase 13. Identificación de requerimientos y áreas de automatización Objetivo. Realizar un levantamiento de requerimientos y planteamiento de perfiles para el desarrollo de una estrategia de comunicación política que incorpore el uso de la tecnología. Clase 14. Estrategia tecnopolítica asistida con inteligencia artificial Objetivo. Crear e implementar una estrategia de comunicación política utilizando tecnología desde 0. Clase 15. Evaluación de estrategia de incidencia desde diferentes tipos de organización y mediante diversos usos tecnológicos. Objetivo. Evaluar la incidencia del uso de las tecnologías en el trabajo de la persona comunicadora política en diferentes formatos</p>
--	--	--

		<p>organizacionales. Clase 16. Repaso de aplicaciones de la tecnopolítica a diferentes formatos y estrategias organizacionales Objetivo: Aplicaciones prácticas de la tecnopolítica a diferentes objetivos estratégicos</p>
<p>Proyecto de Investigación 1</p>	<p><u>Objetivo general:</u> Capacitar a las personas estudiantes en los principios fundamentales de la escritura de un proyecto final de graduación (PFG), dotándolos de las herramientas necesarias para desarrollar un trabajo académico claro, coherente y riguroso.</p> <p><u>Objetivos específicos:</u> 1 Estudiar las principales herramientas teóricas y metodológicas para elaborar un proceso de diagnóstico de la comunicación política estratégica. 2 Aplicar herramientas y técnicas de recolección de datos cualitativos y cuantitativos en diferentes contextos organizacionales. 3 Explorar procesos de comunicación política estratégica en distintos contextos socio-organizacionales y para diversos públicos</p>	<p>El curso abordará los siguientes contenidos. Se espera que las personas estudiantes culminen el proceso pedagógico con un documento en el cual detallarán y discutirán la problemática y el diagnóstico organizacional realizado; al mismo tiempo, este documento contendrá una discusión de la literatura y acercamientos teóricos relevantes para el proyecto:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 Introducción a la escritura académica 2 Formulación de preguntas y objetivos de investigación 3 Estructura del proyecto final de graduación (PFG) 4 Técnicas de redacción académica 5 Organización y gestión del tiempo

<p>Comunicación organizacional política</p>	<p><u>Objetivo general:</u> Desarrollar competencias avanzadas en comunicación organizacional política, capacitándolos para diseñar, implementar y evaluar estrategias comunicativas efectivas en diversos contextos institucionales, sociales y corporativos, con un enfoque crítico y ético que responda a los desafíos del entorno político contemporáneo.</p> <p><u>Objetivos específicos:</u> Analizar y aplicar las teorías y prácticas de la comunicación institucional en entidades públicas y organizaciones no gubernamentales, desarrollando habilidades para gestionar la imagen, reputación y relaciones con los stakeholders en el ámbito político-institucional. Examinar el papel de la comunicación en la formación, desarrollo e impacto de los movimientos sociales, comprendiendo las dinámicas de cambio social y desarrollando estrategias comunicativas para la movilización y el activismo en la era digital. Dominar las técnicas de comunicación política y partidos políticos, con énfasis en la formación y gestión de asesoría a partidos políticos</p>	<p>Módulo 1: Comunicación Política Institucional y Organizacional Fundamentos de la Comunicación Política Institucional - Conceptualización de las instituciones públicas y organizaciones no gubernamentales - Relaciones políticas interinstitucionales y negociación - Gestión de crisis y comunicación de emergencia -Alianzas público privadas e impacto del tercer sector.</p> <p>Módulo 2: Movimientos Sociales y Cambio Social Fundamentos de los Movimientos Sociales - Teorías del comportamiento colectivo y movimientos sociales - Historia y evolución de los movimientos sociales - Estructura y dinámica de los movimientos sociales contemporáneos Comunicación para el Cambio Social - Teorías de la comunicación para el desarrollo y el cambio social - Estrategias de comunicación participativa y empoderamiento comunitario - Narrativas y frames en la comunicación de movimientos sociales Activismo y Movilización Social - Técnicas de comportamiento y movilización comunitaria - Campañas de sensibilización y advocacy - Uso de medios alternativos y comunitarios</p> <p>Módulo 3: Comunicación Política y Partidos Políticos Democracia y Partidos Políticos - Formación de partidos políticos - Agenda Política, mediática y opinión pública. - Procesos y dinámicas electorales. - Campaña Política</p>
---	---	--

<p>Evaluación de procesos de comunicación política estratégica</p>	<p><u>Objetivo general:</u> Examinar las tendencias teóricas y metodologías más recientes en la evaluación de procesos de comunicación política estratégica, atendiendo las particularidades de la organización o el fenómeno, el contexto, y los stakeholders/actores que confluyen en cada situación, con el propósito de facilitar la obtención de data relevante para la toma de decisiones.</p> <p><u>Objetivos específicos:</u> 1 Conocer las tendencias teóricas y metodológicas de la evaluación de procesos de comunicación estratégica y política para aplicar las herramientas pertinentes en cada oportunidad. 2 Identificar el papel de la organización y su contexto, así como de los stakeholders/actores que están presentes en una determina situación de comunicación, para la aplicación de una evaluación de proceso o de cierre. 3 Aplicar, atendiendo los objetivos propuestos y las necesidades específicas, los diferentes tipos de evaluación y técnicas que resulten pertinentes para evidenciar los resultados o efectos de la acción comunicativa política. 4 Reflexionar sobre los determinantes políticos, culturales y ético-profesionales implicados en los procesos de evaluación. 5 Generar prácticas y sistemas para la presentación de data relevante, producto de evaluación, de manera que facilite la toma de decisiones estratégica en las organizaciones.</p>	<p>1. Evaluación de proyectos de comunicación política estratégica</p> <ul style="list-style-type: none"> •Conceptos básicos •Contextos y utilidad de la evaluación •De los diseños estratégicos de comunicación política a la evaluación. <p>2. Factores de evaluación</p> <ul style="list-style-type: none"> •Niveles de la evaluación •Determinantes de la estrategia para la evaluación (de los objetivos al cierre) •Papel de los indicadores •Cambios en los stakeholders/actores •Cambios en el contexto comunicativo/político •Influencia del vínculo organizacional •Ética del proceso evaluativo <p>3. Tipos de evaluación</p> <ul style="list-style-type: none"> •Evaluación de avance, evaluación formativa o de proceso (monitoreo) cumplimiento, cumplimientos parciales de objetivos y metas. •Evaluación de resultados •Evaluación de efectos/impacto. <p>4. Métodos de medición, evaluación y monitoreo de cambios en públicos y actores vinculados a las acciones o proyectos</p> <ul style="list-style-type: none"> •Construcción de indicadores •Métodos cualitativos para el análisis de implementación y resultados •Métodos cuantitativos para el análisis de implementación y resultados •Uso de software y herramientas colaborativas en línea para monitoreo y evaluación. <p>6. Presentación de resultados de evaluación parciales y finales</p> <ul style="list-style-type: none"> •Formatos de presentación: espacios, públicos, contenidos •Visionado de datos/resultados •Capacidad proyectiva de los resultados
--	--	---

Seminario: Asuntos públicos e incidencia política

Objetivo general:

Desarrollar en las y los estudiantes las competencias para comprender, apropiarse y analizar críticamente los procesos de incidencia política, facilitando la adquisición de habilidades en comunicación estratégica, análisis de políticas públicas y gestión de relaciones con actores clave; a través de una perspectiva ética y profesional, con el fin de estar en la capacidad de diseñar y ejecutar estrategias de influencia efectiva en la toma de decisiones públicas, identificar oportunidades, riesgos y evaluar el impacto de sus acciones en la legitimidad y calidad de los procesos democráticos.

Objetivos específicos:

1 Desarrollar en las y los estudiantes la capacidad de analizar críticamente el entorno político y las dinámicas de poder que influyen en la toma de decisiones públicas.

Capacitar a las y los estudiantes en el diseño de estrategias de comunicación e incidencia política orientadas a influir de manera efectiva en políticas públicas y decisiones institucionales y de actores relevantes políticamente.

2 Fomentar en las y los estudiantes la habilidad de identificar actores clave, mapear intereses y diseño de construcción de alianzas estratégicas en el ámbito de la incidencia política.

3 Contribuir al desarrollo de una actitud ética y profesional en la evaluación del impacto de las acciones de incidencia sobre la legitimidad de los procesos democráticos.

4 Generar procesos para la apropiación y crítica de dinámicas políticas en distintos escenarios donde poner en práctica el análisis de procesos públicos e incidencia política.

a)Introducción a los asuntos públicos e incidencia política: conceptos Fundamentales: Se exploran los conceptos clave, bajo el entendido de un entramado que responde a una gobernanza, institucionalidad y marco jurídico, así como de políticas públicas. Se analiza el papel y relevancia de los actores sociales, empresariales y políticos en los procesos institucionales, así como su capacidad de modificar o crear regulaciones y decisiones a través de estrategias de incidencia. Se entienden los asuntos públicos como un espacio de lucha y como conjunto de herramientas para su articulación, que depende de agendas e intereses. La persona estudiante contará con las visiones diversas respecto de las bases teóricas y los distintos enfoques de la praxis política.

b)Dinámicas del poder y procesos de toma de decisiones: Los contenidos referidos a este apartado buscan abordar los espacios y marcos políticos que rigen la toma de decisiones en los sistemas institucionales, pero poniendo énfasis en las dinámicas de poder internas y externas en órganos judiciales, legislativos y ejecutivos, así como de organizaciones de la sociedad civil, como todo el cuerpo organizacional social posible. Se estudia cómo las relaciones de poder, intereses y agendas pueden ser influenciadas, al conocer articulación y gestión. La persona estudiante podrá contar con una visión que, más allá de los marcos normativos y reglamentarios, les permita desarrollar capacidad analítica profunda para identificar cómo funcionan los procesos y dinámicas de poder en los diferentes escenarios políticos, y cómo pueden ser abordados estratégicamente.

c)Análisis del entorno. Análisis de coyuntura y mapeo político: Este contenido busca proporcionar herramientas metodológicas para que el estudiantado pueda realizar un análisis exhaustivo del entorno político y social. Va de la mano e intrínsecamente ligado al contenido anterior, para la elaboración de estados de situación (diagnósticos y pronósticos) que persiguen ser lo más precisos y consisos posible. Se explorará el mapeo de actores clave, el análisis de sus intereses y la identificación de oportunidades para la construcción de alianzas estratégicas. Se espera que las y los estudiantes visualicen e incorporen la realización de técnicas de estudio contextual, más allá de las tradicionales, privilegiando marcos instrumentales de análisis que les permitan prever riesgos y oportunidades

en los procesos de influencia política.

d) Comunicación estratégica y manejo de (inter)relaciones: Se aborda la importancia de la comunicación estratégica en la incidencia política, centrándose en cómo diseñar mensajes efectivos para diferentes públicos, más allá de solo considerar medios de comunicación o las autoridades tomadoras de decisión en sí mismas. Se exploran las tácticas de lobby, análisis y gestión de la opinión pública y negociación política. Las personas estudiantes podrán apreciar la relevancia de desarrollar competencias en la creación de campañas de comunicación, incluyendo la adaptación de los mensajes según el entorno mediático y los intereses de los actores políticos involucrados, para lo que resulta vital la planificación.

		<p>e)Diseño y Ejecución de estrategias de incidencia: Toma en consideración el énfasis en el desarrollo de estrategias concretas de incidencia, desde su conceptualización, diseño o elaboración y sus componentes básicos. Parte desde desde la formulación de objetivos hasta la generación de tácticas específicas. Se estudian casos (reales o ficticios) que puedan dar razón del éxito o fracaso relativo, pero con atención especial a los factores en torno a la incidencia política. El propósito es que las y los estudiantes puedan identificar elementos de corto, mediano y largo plazo que pueden tener efectos deseados o no en las estrategias planteadas.</p> <p>f)Evaluación y cuidado de la ética y del sistema democrático: La idea es examinar el impacto de las acciones de incidencia política no solo sobre los objetivos planteados y el entorno, sino también sobre la legitimidad democrática, promoviendo una reflexión crítica sobre los efectos éticos, políticos y sociales de las estrategias. Se abordan temas como la transparencia, la participación ciudadana y la responsabilidad social. Se espera de la persona estudiante una actitud crítica y ética frente a la influencia política, comprendiendo las implicaciones de las acciones de incidencia en la construcción de legitimidad y confianza en los sistemas democráticos.</p> <p>g)Nuevas tendencias y su aplicación en asuntos públicos e incidencia: Se introduce el tema de las últimas tendencias y herramientas tecnológicas que están transformando la incidencia política, como el uso de big data, redes sociales y plataformas digitales, así como la Inteligencia Artificial, para la movilización y la influencia. Se estudian los efectos de la digitalización en la política, incluyendo la rapidez de la información y la influencia de las plataformas digitales en la formación de la opinión pública. El objetivo es que las y los estudiantes puedan abordar analítica y en la práctica (de manera exploratoria) las nuevas dinámicas del entorno digital y sus repercusiones en las estrategias de incidencia, para adaptar metodologías a nuevos escenarios.</p> <p>h)Simulaciones, testimoniales y análisis de casos, en aplicaciones prácticas: Este último contenido se enfoca en la aplicación práctica de todo lo visto (de manera paralela o al final del curso) mediante simulaciones de escenarios</p>
--	--	---

		<p>políticos y el análisis de casos reales. Se espera que las y los estudiantes pongan en práctica las herramientas de análisis, mapeo de actores y diseño de estrategias desarrolladas a lo largo del curso. El propósito es consolidar aprendizajes con experiencias que permitan a las y los estudiantes enfrentarse a escenarios complejos de toma de decisiones y gestión de poder. El papel de la persona docente es fundamental para agregar complejidades (éticas, políticas, sociales, económicas, jurídicas y demás) que traigan en tiempo real elementos que toman la incidencia política en una actividad de formulación constante de análisis y de cursos de acción inmediatos.</p>
<p>Proyecto de Investigación 2</p>	<p><u>Objetivo general:</u> Capacitar a las personas estudiantes en principios avanzados de la escritura de tesis, dotándolos de las herramientas necesarias para desarrollar un trabajo académico claro, coherente y riguroso.</p> <p><u>Objetivos específicos:</u> 1 Examinar las principales herramientas teóricas y metodológicas para elaborar una estrategia desde una perspectiva de la comunicación política estratégica. 2 Aplicar metodologías de diseño estratégico en diferentes contextos organizacionales. 3 Explorar herramientas de segmentación y gestión de públicos internos y externos en diferentes organizaciones públicas, privadas, y sociales.</p>	<p>El curso abordará los siguientes contenidos. Se espera que las personas estudiantes desarrollen un trabajo constante con sus organizaciones a lo largo del semestre.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 Diseño de plan de comunicación política estratégica 2 Retos y dilemas en la comunicación política estratégica 3 Implementación de la estrategia 4 Herramientas avanzadas de escritura académica

Análisis de datos para la comunicación política estratégica

Objetivo general:

Desarrollar en las personas estudiantes las competencias necesarias para analizar, interpretar y comunicar efectivamente datos en el contexto de la comunicación política estratégica, fomentando un enfoque crítico y ético en el manejo de la información.

Objetivos específicos:

- 1 Comprender el flujo de trabajo completo con datos, desde la inspección y limpieza hasta la sistematización y transformación, utilizando herramientas como R o Python para el análisis estadístico y Tableau para la visualización de datos.
- 2 Conocer técnicas de análisis de datos para interpretar tendencias en redes sociales, encuestas y patrones de comportamiento de los ciudadanos, con el fin de diseñar estrategias de comunicación política más efectivas.
- 3 Desarrollar habilidades críticas para evaluar y contrarrestar discursos basados en datos sesgados o manipulados, comprendiendo los factores psicológicos y sociales que influyen en la interpretación de la información y la toma de decisiones en contextos políticos.
- 4 Identificar los elementos que hacen efectivas visualizaciones y presentaciones de datos con el objetivo de que comuniquen de manera clara y persuasiva los hallazgos del análisis.

Temáticas generales:

- 1 El proceso de análisis de datos
- 2 Fundamentos estadísticos para el análisis de datos (con R o Python)
- 3 Probabilidad estadística
- 4 Limpieza de datos (con Excel)
- 5 Visualización de datos (con Tableau)
- 6 Irracionalidad en la toma de decisiones
- 7 Acceso a bases de datos según la legislación de Costa Rica
- 8 Los datos como fundamento del discurso político
- 9 Los datos como fundamento en la investigación de la ciencia política y la comunicación
- 10 Ética en el manejo de datos (transversal)

Temáticas por clase

- Clase 1. Introducción al análisis de datos.
Clase 2. Lectura. Las fases del análisis de datos. Los objetivos del análisis de datos. Islam, M. (2020). Data analysis: Types, process, methods, techniques and tools. International Journal on Data Science and Technology, 6(1), 10-15. Video. Google Career Certificates. (2021, 19 de julio). Breaking Down the Data Analysis Process | Google Data Analytics Certificate. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=Jye81eSts2c>
Guía de limpieza de datos con Excel.
Clase 3. Conceptos estadísticos 1 con Python. Medidas centrales y de dispersión. Hipótesis, valor p. Chi cuadrado. Correlaciones. Regresión lineal simple. Causalidad.
Clase 4. Probabilidades. Lectura que será evaluada al inicio de la clase 5: Haigh, J. (2012). Probability: A very short introduction. Oxford University Press.
Clase 5. Conceptos estadísticos 2 con Python. Coeficiente de correlación. Coeficiente de determinación. Regresión lineal múltiple. Anova. Clusterizaciones. Árboles de decisión.
Clase 6. Desinformación. Lectura que será evaluada al inicio de la clase 7: Berinsky, A. J. (2023). Political rumors: Why we accept misinformation and how to fight it. Princeton University Press.

		<p>Clase 7. Encuestas: Muestreo, margen de error, nivel de confianza, presentación, interpretación y errores comunes.</p> <p>Clase 8. Trabajo parcial. Limpieza de datos con Excel, uso de Python para análisis estadístico y análisis crítico de materiales comunicacionales.</p> <p>Clase 9. Fuentes de datos de relevancia en Costa Rica: ENAHO, BCCR (IMAE), Estado de La Nación. ¿Qué nos dicen? ¿Qué no nos dicen? ¿Cómo se aprovechan?</p> <p>Clase 10. Irracionalidad. Lectura que será evaluada al inicio de la clase 9: Ariely, D. (2008). Predeciblemente irracional: Las fuerzas ocultas que dan forma a nuestras decisiones. HarperCollins.</p> <p>Clase 11. Visualización de datos 1, teoría y práctica con Tableau. Datos abiertos. Referencia a la legislación nacional (jurisprudencia de la Sala IV y nueva ley de acceso a la información).</p> <p>Clase 12 Pensamiento crítico con datos 1. Lectura parcial que será evaluada al inicio de la clase 9: Bueno de Mesquita, E., & Fowler, A. (2021). Thinking clearly with data: A guide to quantitative reasoning and analysis. Princeton University Press.</p> <p>Clase 13 Visualización de datos 2, teoría y práctica con Tableau. Los datos como fundamento en la tramitación de los proyectos de ley.</p> <p>Clase 14 Pensamiento crítico con datos 2. Lectura parcial que será evaluada al inicio de la clase 15: Bergstrom, C. T., & West, J. D. (2020). Calling bullshit: The art of skepticism in a data-driven world. Random House.</p> <p>Clase 15 Debate tema de actualidad con datos.</p> <p>Clase 16 Trabajo final enfocado en un análisis de datos mediante una guía de trabajo.</p>
--	--	---

<p>Análisis del discurso político</p>	<p><u>Objetivo general:</u> Comprender cómo el discurso político constituye en una práctica social y en una estrategia de la comunicación política que es usada por los actores políticos con el fin de expresar ideas, propuestas y posturas sobre temas de interés público en relación a un contexto histórico específico.</p> <p><u>Objetivos específicos:</u> 1 Comprender que es el discurso político 2 Explorar la relación entre el discurso político y el contexto histórico y cultural que lo produce 3 Analizar la relación entre el discurso político, el sistema de medios de comunicación y las redes sociales Identificar y analizar los elementos retóricos y lingüísticos en los discursos políticos. 4 Analizar los distintos formatos a partir de los cuales se construye el discurso político Identificar las motivaciones y fines que tiene el discurso político 5 Estudiar los distintos métodos para analizar y construir un discurso político</p>	<p>Módulo 1: Introducción al discurso político Definición y características del discurso político. Funciones del discurso político (persuasión, legitimación, movilización). Historia y evolución del discurso político.</p> <p>Módulo 2: Teorías del análisis del discurso Análisis del discurso desde la perspectiva de Michel Foucault. Teoría crítica del discurso (Norman Fairclough). Enfoque de Teun van Dijk sobre el poder, la ideología y el discurso. La relación entre discurso, poder y hegemonía (Antonio Gramsci).</p> <p>Módulo 3: Elementos retóricos y lingüísticos del discurso político Retórica política: ethos, pathos y logos. Uso de figuras retóricas (metáforas, aliteraciones, antítesis, etc.). Estrategias lingüísticas: marcadores de poder, construcción de enemigos, uso de pronombres.</p> <p>Módulo 4: Técnicas de análisis del discurso Análisis cualitativo y cuantitativo de discursos. Análisis de contenido y análisis crítico del discurso (ACD). Uso de software de análisis (por ejemplo, NVivo, Atlas.ti).</p> <p>Módulo 5: Discurso político y medios de comunicación Relación entre discurso político y medios de comunicación. El impacto de las redes sociales en la construcción del discurso político. Discurso mediático vs. discurso político directo.</p> <p>Módulo 6: Análisis del discurso político en contextos específicos Discurso político en tiempos de crisis (guerras, pandemias, crisis económicas). Análisis de discursos en campañas electorales. Discursos populistas, nacionalistas, liberales y progresistas. Actividades: Estudio de casos prácticos, análisis de discursos de diferentes actores políticos y en diversos contextos.</p> <p>Módulo 7: Taller práctico de análisis de discursos políticos Análisis en profundidad de discursos políticos reales (discursos históricos o recientes). Crítica constructiva de los análisis de compañeros. Actividades: Presentación de análisis de discursos políticos seleccionados por los</p>
---------------------------------------	--	---

		estudiantes, discusión grupal sobre las estrategias discursivas observadas.
Proyecto de investigación 3	<p><u>Objetivo general:</u> Desarrollar habilidades para validar estrategias desde una perspectiva de la comunicación política estratégica en diferentes contextos organizacionales.</p> <p><u>Objetivos específicos:</u> 1 Examinar las principales herramientas teóricas y metodológicas para validar una estrategia desde una perspectiva de la comunicación política estratégica. 2 Aplicar metodologías de validación de estrategias en diferentes contextos organizacionales. 3 Explorar herramientas de validación de estrategias para diferentes públicos internos y externos de un contexto organizacional.</p>	El curso abordará los siguientes contenidos. Se espera que las personas estudiantes desarrollen un trabajo constante con sus organizaciones a lo largo del semestre. 1 Herramientas para la validación de estrategias 2 Elaboración de informes de validación 3 Redacción académica avanzada 4 Organización de la información 5 Revisión y autoevaluación 6 Edición y corrección de estilo
Taller de investigación I	<p><u>Objetivo general:</u> 1.Orientar a la persona estudiante, de acuerdo con sus intereses de investigación, para la elaboración de un diseño inicial de su trabajo final de graduación. 2.Desarrollar las habilidades y conocimientos necesarios para la elaboración de un diseño inicial del trabajo final de graduación</p> <p><u>Objetivos específicos:</u> 1 Comprender los fundamentos teóricos de la investigación. 2 Desarrollar habilidades prácticas para el diseño de investigaciones en ciencias sociales. 3 Identificar métodos de búsqueda y procedimientos para la selección de la información de fuentes secundarias acordes a temáticas específicas de estudio. 4 Desarrollar habilidades para la sistematización y presentación de hallazgos de investigación relevantes para un tema específico de estudio. 5 Reflexionar sobre la ética de la investigación en ciencias sociales.</p>	<p>Unidad I: La dimensión conceptual -Modos de uso y construcción de modelos teóricos que dan cuenta de los objetos o fenómenos que se van a estudiar. Definición del tema, el problema y los objetivos de investigación.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Uso de bases de datos •Acceso a repositorios •Sistemas de citación •Inteligencia artificial en la investigación. <p>Unidad II: la confección del marco teórico -Elaboración de los antecedentes o estado de la cuestión. Revisión de fuentes secundarias, análisis y selección de artículos.</p>

<p>Taller de investigación II</p>	<p><u>Objetivo general:</u> 1. Orientar a la persona estudiante, de acuerdo con el diseño definido en Taller de investigación I, para la conclusión del diseño de su trabajo final de graduación. 2. Construir los componentes necesarios para la presentación de la candidatura. 3. Desarrollar las habilidades y conocimientos necesarios para concluir el diseño del trabajo final de graduación</p> <p><u>Objetivos específicos:</u> a) Analizar las diversas perspectivas teóricas y escuelas de pensamiento que permitan la delimitación de un objeto específico de investigación. b) Identificar los conceptos clave que orientan la definición del objeto de estudio y la metodología a seguir. c) Comprender los procesos de operacionalización de conceptos en variables y categorías para articular la teoría y la metodología en los procesos de investigación. d) Conocer los principales métodos de investigación, sus técnicas de recolección, procesamiento y análisis de información tanto cualitativa como cuantitativa.</p>	<p>Unidad I: El marco teórico-conceptual • Definición de ideas, procedimientos y teorías que guiarán la investigación. Trabajo con bibliografía y elaboración del marco teórico. Elaboración del andamiaje teórico-conceptual del plan de tesis.</p> <p>Unidad II: la dimensión estratégico-metodológica • Presentación de herramientas metodológicas para llevar adelante la investigación con los temas propuestos. Cómo elaborar estrategias metodológicas acorde con el problema y los objetivos de investigación. Cómo organizar el trabajo de campo: repaso general por las herramientas y las estrategias posibles. Problemas de campo y cómo solucionarlos.</p>
<p>Taller de investigación III</p>	<p><u>Objetivo general:</u> 1. Desarrollar las habilidades y conocimientos necesarios para la ejecución de la propuesta metodológica del trabajo final de graduación. 2. Orientar a la persona estudiante, de acuerdo con el diseño definido en Taller de investigación I y II, para la redacción de su trabajo final de graduación.</p> <p><u>Objetivos específicos:</u> a) Desarrollar habilidades prácticas para el diseño de investigaciones en ciencias sociales. b) Aplicar las estrategias metodológicas adecuadas para la consecución de objetivos de investigación. c) Conocer los mecanismos y procedimientos de presentación y divulgación de resultados propios del mundo académico. d) Reflexionar sobre la ética de la investigación en ciencias sociales.</p>	<p>Unidad I: la organización del plan de tesis • Presentación de la estructura del plan de tesis: análisis de cada una de las etapas de trabajo. Cómo organizar las etapas de investigación y pensarlas en función de la propuesta planteada. Análisis de las dificultades generales que pueden aparecer en la elaboración de proyectos de investigación.</p> <p>Unidad II: la redacción de tesis • Organización de la información. Análisis e interpretación de datos. Estrategias para la redacción de capítulos y artículos de investigación.</p>

Seguimiento de tesis	<p><u>Objetivo general:</u> 1.Desarrollar las habilidades y conocimientos necesarios para la presentación de los resultados del trabajo final de graduación</p> <p><u>Objetivos específicos:</u> a)Desarrollar habilidades prácticas para el diseño de investigaciones en ciencias sociales. b)Identificar la relación entre objetivos y resultados de investigación. c)Analizar las diferencias entre los procesos de descripción e interpretación de resultados de investigación académica. d)Conocer los aportes de las perspectivas teóricas y sus conceptos en la interpretación de los datos. e)Conocer los principales software disponibles para el procesamiento y presentación de los resultados de investigación. f)Reflexionar sobre la ética de la investigación en ciencias sociales.</p>	<p>Unidad I: la redacción de tesis •Organización de la información. Análisis e interpretación de datos. Estrategias para la redacción de capítulos y artículos de investigación.</p> <p>Unidad II: la tramitología. •Análisis del documento definido por el Programa de Posgrado en Comunicación (PPC) para la redacción de trabajos finales de graduación. Trámites solicitados por la universidad para defender la tesis.</p>
Defensa de Tesis	<p><u>Objetivo general:</u> Uno de los requisitos para obtener el grado de Magister Scientae en Comunicación es aprobar la tesis de Posgrado. Esta tarea se logra tras un proceso de estudio, análisis y reflexión, donde las opiniones de otros resultan fundamentales en la construcción de una propuesta propia. En tal sentido, este curso tiene como finalidad evaluar al o a la candidata en la defensa pública del documento resultante de su proceso de investigación.</p> <p><u>Objetivos específicos:</u> 1. Que el/la estudiante utilice los conocimientos adquiridos durante su formación para plantear las soluciones que encontró frente a los problemas específicos desarrollados en su investigación final. 2. Que el/la estudiante emplee técnicas y métodos escritos y orales para expresar de manera apropiada sus aportes al conocimientos científico-técnico sobre su tema de investigación final. 3. Que el/la estudiante demuestre su capacidad creativa e investigativa, desde una perspectiva eminentemente científica, en la elaboración y defensa de su tesis. 4. Que el/la cumpla con todos los requisitos pertinentes a su documento de TFG y a los trámites concernientes a su defensa y entrega final a la Universidad.</p>	<p>Los contenidos se fijarán de acuerdo con las necesidades de la persona estudiante.</p>

ANEXO C

**PROFESORES DE LOS CURSOS DE LA MAESTRÍA EN COMUNICACIÓN
POLÍTICA ESTRATÉGICA DE LA UNIVERSIDAD DE COSTA RICA**

ANEXO C

PROFESORES DE LOS CURSOS DE LA MAESTRÍA EN COMUNICACIÓN POLÍTICA ESTRATÉGICA DE LA UNIVERSIDAD DE COSTA RICA

Curso

Evaluación de procesos de comunicación política estratégica

Estrategia y comunicación política

Taller de Investigación 1 y 2

Seminario: Asuntos políticos e incidencia política

Análisis de datos para la comunicación

Comunicación y cultura política

Métodos de investigación para la comunicación política estratégica

Proyectos de investigación 1 y 2

Tecnología aplicada a la comunicación política estratégica

Teorías y tendencias de la comunicación

Taller de investigación 3 y Seguimiento de tesis.

Comunicación organizacional política

Teoría política, Estado de derecho y democracia

Gestión estratégica organizacional

Análisis del discurso política

Docente

Acosta Salazar Diana

Alvarado Aguilar María José

Araya Jiménez Lisbeth

Araya Martínez Gustavo

Fonseca Quesada Juan Pablo

Herrera Ulloa Mauricio

Jiménez Alvarado Óscar

Marroquín Velásquez Lissette

Fonseca Quesada Juan Pablo

Muñoz González Rodrigo

Quesada Rivera Eugenio

Alvarado Aguilar María José

Román Jacobo Gustavo

Salas Corella Susana

Tristán Jiménez Larissa

ANEXO D

**PROFESORES DE LOS CURSOS DE LA MAESTRÍA EN COMUNICACIÓN
POLÍTICA ESTRATÉGICA DE LA UNIVERSIDAD DE COSTA RICA Y SUS
GRADOS ACADÉMICOS**

ANEXO D

PROFESORES DE LOS CURSOS DE LA MAESTRÍA EN COMUNICACIÓN POLÍTICA ESTRATÉGICA DE LA UNIVERSIDAD DE COSTA RICA Y SUS GRADOS ACADÉMICOS

DIANA ACOSTA SALAZAR

Licenciatura en Ciencias de la Comunicación Colectiva, Universidad de Costa Rica.
Maestría en Comunicación y Mercadeo, Universidad Latina de Costa Rica.

MARÍA JOSÉ ALVARADO AGUILAR

Licenciatura en Ciencias de la Comunicación Colectiva, Universidad de Costa Rica.
Maestría en Comunicación y Desarrollo, Universidad de Costa Rica.

LISBETH ARAYA JIMÉNEZ

Maestría en Comunicación y Desarrollo, Universidad de Costa Rica. Doctorado en
Comunicación y Cultura, Universidad Federal de Río de Janeiro, Brasil.

GUSTAVO ARAYA MARTÍNEZ

Bachillerato en Ciencias Políticas, Universidad de Costa Rica. Maestría en
Comunicación, Universidad de Costa Rica.

JUAN PABLO FONSECA QUESADA

Maestría en Ciencias Políticas, Universidad de Costa Rica.

MAURICIO HERRERA ULLOA

Bachillerato en Ciencias de la Comunicación Colectiva, Universidad de Costa Rica.
Maestría en Ciencias Políticas, Universidad de Costa Rica.

ÓSCAR JIMÉNEZ ALVARADO

Bachillerato en Ciencias Políticas, Universidad de Costa Rica. Maestría en
Comunicación y Desarrollo, Universidad de Costa Rica.

LISSETTE MARROQUÍN VELÁSQUEZ

Licenciatura en Ciencias de la Comunicación Colectiva, Universidad de Costa Rica.
Doctorado en Comunicación, Universidad de Montreal, Canadá.

RODRIGO MUÑOZ GONZÁLEZ

Bachillerato en Ciencias de la Comunicación Colectiva, Universidad de Costa Rica. Doctorado en Ciencias Políticas, Escuela de Londres de Economía y Ciencias Políticas, Inglaterra.

EUGENIO QUESADA RIVERA

Doctorado en Historia, Escuela de Altos Estudios en Ciencias Sociales, Francia.

GUSTAVO ROMÁN JACOBO

Licenciatura en Derecho, Universidad de Costa Rica. Doctorado en Comunicación Política, Universidad Complutense de Madrid, España.

SUSANA SALAS CORELLA

Licenciatura en Ciencias de la Comunicación Colectiva, Universidad de Costa Rica. Maestría en Ciencias Políticas, Universidad de Costa Rica.

LARISSA TRISTÁN JIMÉNEZ

Licenciatura en Psicología, Universidad de Costa Rica. Doctorado en Comunicación Social, Universidad Pompeu Fabra, España.



UCR

TEC

UNA

UNED

UTN
Universidad
Técnica Nacional