



Laboratorio de Tecnologías de la Información y Nuevos Análisis de Comunicación Social

Universidad de La Laguna (Tenerife, Canarias)

Depósito Legal: TF-135-98 / ISSN: 1138-5820 - Año VIII - II época

Resumen de la tesis (Dra. D'Antoni)

La tesis toma en cuenta el escenario costarricense entre los últimos años noventa y los primeros del nuevo milenio.

En la época indicada, Costa Rica se ha transformado en uno de los países que tienen el mayor número de estudiantes universitarios por número de jóvenes en edad para ir a la universidad. Los mismos costarricenses se preguntan cómo ha podido suceder un fenómeno semejante en un país pobre de América Central, a la vez que se formulan preguntas acerca de la calidad de las nuevas universidades.

Los cuestionamientos son muchos y el presente documento no tiene la pretensión de agotar las respuestas. Su objetivo es más bien el de dar una mirada por ese "paisaje" nacional insertando una especie de "sonda" en algunos puntos sensibles, casi a la manera de un geólogo que vaya haciendo sus pruebas en un terreno largamente desconocido hasta el momento.

La tesis toma en cuenta de un lado la Universidad de Costa Rica, a manera de ejemplo entre las universidades públicas y se da a la tarea de aclarar temas relativos a la imagen de sí que la

Thesis Summary (Dra. D'Antoni)

This thesis considers the scenario of Costa Rica from the late nineties until the beginning of the new millennium.

During that period of time, Costa Rica has become one of the countries with the highest rate of college students amongst college age population. Costa Ricans wonder how has this phenomenon happened in a poor Central American country; at the same time, they have questions about the quality of the new universities.

There are many questions, and this document does not mean to answer all of them. Its purpose is to take a look at the educational climate of the nation to explore some sensitive points, almost like a geologist that tests a land that has been unknown.

This thesis considers the University of Costa Rica, as an example among the public universities and clarifies topics related to the image that the University has of itself. It also considers the means of communication that this institution uses to transmit that image, through interviews and analysis of written documents.

What has been improperly called "image" is defined as "social

<p>universidad tiene y las modalidades comunicativas que la institución emplea para transmitir esa imagen, a través de entrevistas y análisis de documentos escritos.</p> <p>Se define “representación social” lo que hemos llamado hasta aquí impropia­mente “imagen” y se utilizan las herramientas teóricas que la psicología social de derivación constructivista pone a disposición para conce­ptuar el fenómeno.</p> <p>Uno de los instrumentos utilizados es la entrevista semi estructurada y las personas entrevistadas son algunas profesionales de las oficinas de la Vicerrectoría de Vida Estudiantil, psicólogas y trabajadoras sociales que trabajan con los estudiantes; luego se entrevistan a estudiantes voluntarios de la oficina de la Defensoría de los Estudiantes y la presidenta de la Federación de los Estudiantes. Se escuchan los casos de algunos estudiantes que tienen que resolver diferencias con las Oficinas del Registro de la Universidad o que se encuentran durante observaciones que se realizan a áreas importantes de la Institución.</p> <p>Siempre con el afán de encontrar un vínculo, teóricamente sostenible, entre los temas de la representación social y el de la comunicación social, se toma en cuenta el discurso emitido sobre sí mismas de las universidades privadas. Se encuentra, con cierta sorpresa, que las universidades privadas, en general, son herméticas en cuanto a la divulgación de datos sobre sí mismas. Ese hallazgo lo comparten especialistas con los cuales se tomó contacto para la tesis. Ante la escasez</p>	<p>representation," using theoretical tools that social psychology of constructivist derivation provides to define this phenomenon.</p> <p>One of the instruments used is the semi-structured interview. The people interviewed are professionals who serve at the office of the Vice President of Student Life. They are psychologists and social workers that work with the students. In addition, there are interviews with volunteer students from the Student Affairs office and with the president of the Student Federation.</p> <p>Some cases are listened to; these cases belong to students that need to work out differences with the Student Admissions office of the University or to students who are under observation in important areas of the institution.</p> <p>On the other hand, always trying to find a link that could be theoretically supported between the topics of social representation and social communication, the speech that the private universities give about themselves is taken into consideration. Surprisingly, private universities in general were hermetic about providing their information. This finding is shared by specialists contacted for this thesis. With this lack of information provided by the private Universities, the publicity of these private universities will be analyzed in 2 important historic moments. These are the year 1999 and the year 2003. The Objectives are the same as the ones with the public university. They are to analyze the social representation that the universities have of themselves (in contrast to the public university) and to research how they use that vision of</p>
--	--

<p>de datos divulgados, se decide analizar la publicidad emitida por las universidades privadas en dos momentos históricos importantes: en año 1999 y el año 2003. Los objetivos son los mismos que en el caso de la universidad pública: analizar la representación social que las universidades tienen de sí (y por oposición de la universidad pública) e investigar acerca de cómo se sirven de esa visión de sí en su acción comunicativa. Con el mismo objetivo, tarea se analiza los nombres que las universidades privadas han escogido para sí mismas.</p> <p>Los resultados confirman, una y otra vez, la existencia de una representación de la Universidad de Costa Rica como la mejor del país, a pesar de sus muchas fallas burocráticas y de la insatisfacción que estudiantes y trabajadores expresan. Esa insatisfacción está ligada sobre todo a la incapacidad de la estructura universitaria de hacerse más ágil y de responder eficazmente a las necesidades de sus usuarios.</p> <p>La universidad no se ha dado a la tarea de repensar en sus estrategias comunicativas, que demuestran, en los aspectos examinados, haber sido construidas intuitivamente y sin un plan de coordinación entre las varias entidades que conforman la institución.</p> <p>Se manifiestan también problemas de comunicación entre las oficinas que quedan más en contactos con los estudiantes y las altas jerarquías, así como una incapacidad de diálogo cuando se presentan diferencias entre estudiantes y profesores.</p>	<p>themselves in communication. With the same objective, the names that the private universities have chosen for themselves are analyzed.</p> <p>The results repeatedly show that there is a representation of the University of Costa Rica as being the best one in the country, in spite of many bureaucratic failures and the dissatisfaction expressed by students and professors.</p> <p>This dissatisfaction is especially linked to the incapacity of the infrastructure of the university to become more agile to respond effectively to the needs of the student body.</p> <p>Furthermore, the university has not worked on re-thinking its communication strategies, which in the areas examined show that they have been built intuitively, without a plan that coordinates the various entities that form the institution.</p> <p>There are also communication problems that take place among the offices that are more exposed to contact with students and university authorities, as well as incapacity to dialogue when there are differences between students and professors. In the university, there are no platforms or procedures in place for the students to give their feedback. The communication of the University of Costa Rica is one sided and the structure that emits the message does not leave room for any exchange. Evidence of institutional platforms or procedures that enable the horizontal communication between students or workers was not found, with the exception of the election of student</p>
---	--

<p>En la universidad no se aprecian mecanismos institucionales de retroalimentación por parte de los estudiantes: la comunicación que la Universidad de Costa Rica emite es unidireccional y la estructura que emite el mensaje no prevé el espacio para una respuesta. Asimismo, no se encontró evidencia de mecanismos institucionales que propicien la comunicación horizontal entre los estudiantes de la institución o bien entre las personas que en ella trabajan, si se exceptúa la elección de representantes estudiantiles y las actividades que se vinculan con esa actividad.</p> <p>La universidad pública desperdicia una gran cantidad de recursos al abrir sus servicios a usuarios extraños a la universidad o bien a la comunidad aledaña en general. Lo hace más por descuido y falta de controles que por la existencia de proyectos de extensión dirigidos a los usuarios mencionados.</p> <p>La universidad privada, por su parte, se demuestra compulsivamente propensa a la comparación con la universidad pública, a partir de los nombres que las diferentes universidades se dan. Cuando quiere liberarse de esa dependencia psicológica, la universidad privada dirige su mirada hacia fuera, aliándose o comparándose con universidades extranjeras. En los casos de las universidades más grandes y con más inversión, ellas dirigen esa inversión a la infraestructura: lo nuevo y lo tecnológicamente avanzado son las armas con las cuales se intenta ganar posiciones frente a la más establecida universidad pública.</p> <p>Se asiste, en el último año en que se</p>	<p>representatives and the activities linked with it.</p> <p>On the one hand, the public university wastes many resources when they make their services available to extraneous or to the community near by in general. This is done more out of carelessness and lack of controls rather than projects addressed to those users. On the other hand, the private universities show to be compulsively prone to comparison with the public university. This is seen on the names that these universities have chosen for themselves. When they want to get rid of that psychological dependency, the private university focuses towards the outside, making partnerships or comparing themselves with foreign universities. These universities with larger and more investment, focus in their structure as well as in the new and latest technologies, which are the means they use to win positions before the more established public university.</p> <p>2003 is the last year in which the publicity is observed. During this year, there is a direct attack between two private universities. For the first time, they break the tacit pact of no aggression and proceed to launch publicity campaigns in which they openly attack each other. Finally, in the recommendations of this doctoral thesis, it is proposed the creation of an institution to solve in a concerted way some of the communication problems of the University of Costa Rica and to provide a room for the institutional learning of a new culture of understanding.</p>
---	--

observa la publicidad, el 2003, a un caso de ataque directo entre dos de las universidades privadas que, por primera vez, rompen el tácito pacto de no agresión y proceden a lanzar campañas publicitarias en las cuales abiertamente se enfrentan.

Finalmente, en las recomendaciones de la tesis doctoral se propone la creación de una instancia para la resolución de los conflictos que pueda solucionar algunos de los problemas de comunicación de la Universidad de Costa Rica de manera concertada y que pueda servir también como un espacio para el aprendizaje institucional de una nueva cultura de la concertación.