

Gé	Autores	Título	Año	Asesor	Resumen	Pág.	Tema	Línea	Parte	Tipolnv	Instrumento	Actores	Medio	Bibl
M	ÁVILA RIVERA Felipe Eduardo	Usos y aplicaciones del World Wide Web (espacios electrónicos) en el curso sello Valores Socioculturales en México y Latinoamérica de nivel superior.	1997	Martin Pérez Ma. Luisa	Descripción del potencial de Internet para la educación superior. Análisis acerca del panorama general del desarrollo histórico de Internet y sobre ambientes de aprendizaje y herramientas comunicativas de las tecnologías de información. Hace una propuesta curricular y evaluación del curso "Sello de valores socioculturales en México y América Latina", impartido en el TEC de Monterrey.	74	Comunicación educativa (Nuevas tecnologías de información y educación)	NT	ámbito tecnológico	Empírica	Análisis del medio de comunicación	Receptor: usuarios	Internet	22
M	AYALA PALOMINO Manuel Humberto	La representación del personaje latino en el cine norteamericano y su importancia en el proceso de integración comercial y cultural en el bloque de Norteamérica.	1996	Wilkinson Harper Kenton T.	Trabajo que reflexiona acerca de la importancia del entendimiento cultural como la base para el buen desarrollo comercial entre países. A partir de un análisis de contenido aplicado a una muestra de películas norteamericanas transmitidas por la televisión nacional en Monterrey durante el mes de abril de 1996, el autor concluye que, debido al alcance y penetración del mercado estadounidense en el mundo, se transmite una imagen de la cultura latinoamericana deformada y generalizada poco favorable.	120	Industrias culturales y representaciones.	CM	mensaje	Empírica	Análisis de contenido	Industrias culturales	Televisión	62
F	BALLESTEROS VALDES Rosalinda Adriana	Ciclos de comunicación en servicios interactivos en línea.	2000	López Islas José Rafael	Análisis de los procesos de comunicación mediada por nuevas tecnologías y las transformaciones organizacionales. Por medio del estudio de un caso, el Sistema de asesoría e inscripción para la internacionalización de alumnos de la dir. de programas internacionales del ITESM, explora los cambios institucionales hacia un servicio interactivo personalizado, los procesos de comunicación y la interactividad. Aplica encuestas a usuarios y entrevistas estructuradas a responsables en la institución para conocer su opinión y percepciones, de acuerdo con indicadores de satisfacción del cliente.	112	Nuevas Tecnologías de Información	NT	proceso	Empírica	Combinadas: Encuestas y entrevistas (366)	Receptor: usuarios	Internet	44
F	BENÍTEZ DE SCHELLERT Rebeca Yanet	Comunicación intercultural. El proceso de adaptación de un extranjero: ¿Una tercera identidad? El caso de las mexicanas en Zurich, Suiza.	2000	Ochoa Oscar	El presente trabajo muestra las etapas cronológicas y consecutivas del proceso de adaptación hasta la obtención de una tercera identidad (proceso evolutivo de la adaptación) de un extranjero y su habilidad de participar en una comunicación intercultural. El análisis de las características que han desarrollado las mexicanas como extranjeras y su experiencia con la cultura suiza puede aportar elementos importantes para la teoría de comunicación intercultural. También se establecen propuestas que facilitan la adaptación de los extranjeros, así como sugerencias a los gobiernos para apoyarlos.	162	Comunicación y cultura.	CI	proceso	Empírica	Entrevistas a profundidad (10)	Actores	no	42
F	BODERO MURILLO Iliana	Televisión y vida cotidiana en las audiencias de nivel socioeconómico bajo de la Cd. de Monterrey, una aproximación a la educación.	2000	Lozano Rendón José Carlos	Estudio exploratorio sobre la recepción de los mensajes de la televisión abierta por parte de las personas de nivel socioeconómico bajo de Mty. Por medio de entrevistas focalizadas, grupos de discusión y del análisis de encuestas de proyectos de la cátedra Televisa en el ITESM, hace un análisis de la relación entre la audiencia, la televisión y sus preferencias de programas, e interpreta la significación que atribuye la audiencia a sus programas favoritos. Hace una reflexión sobre la televisión y la educación.	111	Estudios de recepción y mediación televisiva.	CM	recepción	Empírica	Combinadas: Entrevistas focalizadas, grupos de discusión y encuestas	Receptor: audiencias	Televisión	68
F	CERDA CRISTERNA Aída de los Ángeles	Maneras de ver y usar la televisión : análisis por género y nivel socioeconómico de los hábitos de consumo televisivo de las audiencias de Monterrey, México y Guadalajara.	1999	Lozano Rendón José Carlos	Investigación sobre hábitos y usos frente al televisor en tres ciudades de México, por medio de una encuesta a 2,688 personas para determinar cómo influyen el género y el nivel socioeconómico en estas prácticas mediáticas.	133	Estudios de recepción y mediación televisiva.	CM	recepción	Empírica	Encuestas	Receptor: audiencias	Televisión	54
M	CHÁVEZ PEÑALOZA Ivan	Desarrollo de un prototipo para el aprendizaje de matemáticas, basado en el constructivismo, e implementado en Internet.	1999	López Islas José Rafael	Diseño y producción de un prototipo multimedia en Internet como apoyo a la enseñanza de las matemáticas en la educación secundaria.	77	Comunicación educativa (Nuevas tecnologías de información y educación)	NT	genera un producto	Propuesta de comunicación	Diseño y producción	Ninguna	Internet	18
M	COLEGIO CHIU Jorge Yahir	¿Realidad o ficción? representación en Hollywood de las personas con HIV/Sida.	1996	Wilkinson Harper Kenton T.	Este trabajo presenta un análisis de contenido de 17 películas hollywoodenses acerca del SIDA, proyectadas en el cine o en videocentros en Monterrey a partir de 1985. Se analiza la forma como estas películas presentan la enfermedad, formas de contagio, síntomas, tratamiento y grupos étnicos, así como edad, sexo, profesión y preferencias sexuales de los protagonistas enfermos. Se encontró que la mayoría de los protagonistas enfermos son blancos, lo cual presenta pros y contras (creencia de los negros y latinos de que son menos propensos a contraer la enfermedad, cuando en realidad es al contrario). Estas películas son realistas y presentan a los homosexuales sin promiscuidad, y generalmente se relaciona la enfermedad con la sexualidad. Comparando con información de organismos especializados en la prevención y tratamiento de VIH, se encontró que todas las películas presentan información confiable y bien fundamentada, aunque elemental.	139	Industrias culturales y representaciones.	CM	mensaje	Empírica	Análisis de contenido	Industrias culturales	Cine	58

M	COTERA CORREA Gerardo	RadioUDEM: Una emisora universitaria experimental comprometida con su comunidad.	1998	Cervantes Cristina	Presenta una "radiografía" de la creación de una emisora radiofónica universitaria-experimental de perfil comunitario, con programas elaborados por alumnos y maestros de la Universidad de Monterrey. Estudio descriptivo de Radio UdeM acerca de las audiencias, programación, características, formas de trabajo, logros y retos de esta emisora.	250	Comunicación educativa (Educación y Medios de comunicación)	CM	institución	Empírica	Análisis del medio de comunicación	Emisores y receptores.	Radio	37
F	DE LA GARZA GONZÁLEZ Amparo	Perfil ideal del diseñador de medios de comunicación interactivos para el siglo XXI.	1997	Martínez Arredondo Martha Patricia	Trabajo que describe las características del perfil ideal del diseñador de multimedia. Habla de diferentes requisitos, como comprensión del usuario, capacidad de generalización para crear procedimientos universales que generen productos útiles y accesibles, creatividad para el diseño y habilidades de investigación. Describe también los contextos sociales, legales y aspectos financieros en proyectos de diseño de sistemas multimedia.	153	Nuevas tecnologías de información	NT	emisor	Documental	Inv. Bibliográfica	Ind. Cultural Emisor	Internet	124
F	DE LA GARZA YÁÑEZ Yamile Yolanda	Patrón de exposición y preferencias programáticas televisivas de los jóvenes de preparatoria de Monterrey y su área conurbada.	1996	Lozano Rendón José Carlos	Investigación cuantitativa sobre la exposición a la televisión, realizada por medio de una encuesta a alumnos de preparatoria de Monterrey, para conocer preferencias en cuanto a programas y su procedencia, canales, horario y frecuencia. Los resultados presentan una mayor preferencia por los programas nacionales y regionales, por arriba de los extranjeros, en los alumnos de clase media, mientras que los hombres de clase alta prefieren los programas extranjeros. Este trabajo concluye que el sexo, la edad y la clase social influyen en el uso de la televisión.	167	Estudios de recepción y mediación televisiva.	CM	consumo	Empírica	Encuestas	Receptor: audiencias	Televisión	35
F	DE LA PENA ASTORGA Gabriela	El imaginario de jóvenes regiomontanos sobre Estados Unidos y América Latina : descripción, fuentes de formación y el papel de los medios masivos de comunicación.	1997	Lozano Rendón José Carlos	Investigación sobre el imaginario de jóvenes regiomontanos acerca de Estados Unidos y América Latina y la influencia de los medios de comunicación como fuentes de información. Por medio de encuestas a 317 alumnos de tres preparatorias de diferentes niveles socioeconómicos en Mty., se analizan las mediaciones que juegan un papel importante en el proceso de interpretación.	160	Estudios de recepción: consumo cultural	CM	recepción	Empírica	Encuestas (317)	Receptor: audiencias	En general	43
F	DUÉNEZ ELIZONDO María Teresa	Oferta y consumo de cine en México.	1999	Lozano Rendón José Carlos	Documental basado en una investigación bibliográfica acerca del consumo y oferta de cine en México a fines del S.XX. El objetivo es mostrar un análisis de la industria cinematográfica en México, concientizar a la juventud del alto consumo de películas extranjeras, norteamericanas principalmente, y exponer las alternativas de cine mexicano y extranjero de calidad para fomentar una cultura cinematográfica.	43	Comunicación educativa (Educación para la recepción)	PCVC	consumo/oferta	Documental	Inv. Bibliográfica	Ninguna	Cine	29
F	DURÁN SANTOYO Olivia	Presencia, Representación y Temas Indígenas en la Prensa Mexicana: Análisis de Contenido de La Jornada, El norte, Proceso y Época desde la Teoría de Agenda Setting y la Sociología de la Producción de Mensajes durante el año 2000.	2000	Pedroza Gabriela	Análisis de contenido de la prensa para identificar la presencia, tratamiento, fuentes de información, representación y temas indígenas propuestos por los medios desde la perspectiva de la teoría de la <i>Agenda Setting</i> y la Sociología de la producción de mensajes. Se encontró que <i>el conflicto armado en Chiapas</i> es el tema indígena en el que mayor énfasis ponen los medios y que las fuentes oficiales, el sector no indígena, son las privilegiadas por los medios. Concluye que la información que recibimos es consustancial al punto de vista hegemónico, desde y relativo a los intereses de quienes detentan el poder.	93	Industrias culturales y representaciones.	CM	mensaje	Empírica	Análisis de contenido	Industrias culturales	Prensa	60
F	ELIZONDO TORRES Magdalena	Dos semanas en la prensa latinoamericana : análisis desde la perspectiva de la sociología de la producción de mensajes (Newsmaking).	1999	Lozano Rendón José Carlos	Análisis sociológico de la producción de noticias en la prensa latinoamericana: rutinas de trabajo, género, uso de agencias noticiosas, boletines de prensa y periodismo de investigación. Complementa el estudio con un análisis de contenido de 10 periódicos de mayor tiraje en América Latina (Argentina, Brasil, Nicaragua, Chile, Rep.Dominicana, México y, España como complemento comparativo), donde describe los factores que impactan la conformación de la agenda informativa. Identifica dos vertientes: prácticas organizativas que discriminan géneros periodísticos y noticias, y rutinas de trabajo que sustentan la credibilidad de la información. Describe que es frecuente el uso de fuentes oficiales y agencias, que legitiman el grupo que sustenta el poder, y es escaso el periodismo de investigación.	100	Industrias culturales y representaciones.	CM	producción	Empírica	Análisis de contenido	Industrias culturales	Prensa	35
M	FERRARA DE LA GARZA Carlos Mauricio	Características Multimedia en Internet.	2000	López Islas José Rafael	El presente trabajo habla de las características de Internet y las plataformas multimedia para usos comerciales, educativos y de entretenimiento. Describe cinco características presentes en los sistemas de información multimedia que no se han aprovechado por completo: la manipulación directa, el incremento de la memoria, el razonamiento alternativo, el razonamiento cualitativo y la resolución de conflictos. Explica el surgimiento de nuevas tecnologías tales como Shockwave, Javascript y Flash que posibilitan la construcción de páginas WEB donde puede hacerse uso de estas posibilidades y enriquecer la experiencia interactiva del usuario con este medio.	42	Nuevas Tecnologías de Información	NT	ámbito tecnológico	Propuesta de comunicación	Diseño y producción	Ninguna	Internet	8

F	FLORES CARRILLO Vanessa Isabel	Estudio de la proyección que los medios de comunicación impresos dan al Partido Revolucionario Institucional (PRI), en comparación con los demás partidos participantes en las elecciones para gobernador: el caso del Estado de Hidalgo.	1999	Rodríguez Garza Juan Manuel	Análisis de contenido de tres periódicos en el estado de Hidalgo durante el periodo electoral para gobernador (1999) para comparar información sobre el PRI en relación con otros partidos políticos. Se analizaron los periódicos de diciembre a febrero de 1999, con un total de 251 notas referentes a las elecciones.	47	Industrias culturales y representaciones.		mensaje	Empírica	Análisis de contenido	Industrias culturales	Prensa	38
F	GARCÍA LEON Ruth Areli	Preferencias programáticas locales, nacionales y extranjeras en el área metropolitana de Monterrey.	1997	Lozano Rendón José Carlos	Investigación sobre los hábitos de consumo televisivo entre los habitantes del área metropolitana de Monterrey por medio de 400 encuestas telefónicas. Los resultados presentan una preferencia por los programas locales y nacionales, sobre los extranjeros, especialmente por las telenovelas.	64	Estudios de recepción: consumo cultural	CM	consumo	Empírica	Encuestas telefónicas	Receptor: audiencias	Televisión	38
F	GARCÍA NÚÑEZ DE CÁCERES Elsa Patricia	Televisión, violencia y niños: una propuesta de educación para la recepción.	1999	Marínez Francisco	Investigación documental sobre televisión, violencia y niños, a partir de la cual genera una propuesta de educación para la recepción.	126	Comunicación educativa (Educación para la recepción)	CM	recepción	Documental	Inv. Documental	Receptor: audiencias	Televisión	73
F	GARZA GONZÁLEZ Adriana	Análisis comparativo de las actitudes de los trabajadores del sector público ante el uso de las computadoras en dos ciudades: Monterrey y San Antonio.	1998	López Islas José Rafael	Investigación comparativa de dos grupos de empleados del sector público ante su posible exposición al uso de computadoras en el trabajo. Se hicieron encuestas a 405 trabajadores de juzgados en Mty y San Antonio, por medio de las cuales se identificó que la principal causa de rechazo de esta herramienta es la ignorancia.	122	Nuevas tecnologías y percepciones de usuarios	NT	consumo	Empírica	Encuestas	Receptor: usuarios	Computadora	24
F	GIL DOMÍNGUEZ Mari Cruz	Reconstrucción activa del conocimiento a partir del diseño y producción de un sistema interactivo multimedia.	1997	Verdines A. Martha Patricia	Diseño, realización y evaluación de un sistema interactivo multimedia para la construcción activa del conocimiento en la fase de motivación en un proceso de aprendizaje. Se presenta el diseño de la interfaz (prototipo experimental) de un módulo de inducción para cursos de Sistemas de Información en instituciones de educación superior, por medio de investigación documental, observaciones y entrevistas.	92	Comunicación educativa (Nuevas tecnologías de información y educación)	NT	genera un producto	Propuesta de comunicación	Diseño, producción y análisis de la estrategia de com. Observación participante y entrevistas.	Receptor: usuarios	Computadora	36
M	GÓMEZ CRUZ Edgar	Identidad y comunicación en el ciberespacio: un estudio de caso.	1999	Lozano Rendón José Carlos	Creación de identidad, formas de comunicación y relaciones interpersonales entre miembros de una comunidad virtual: la Casa Club del ITESO. Hace un análisis de los usuarios por medio de la observación participante en dos foros, el registro de usuarios, entrevistas focalizadas y una sesión de grupo presencial para conocer los procesos de creación de identidad, de comunicación y socialización en este medio.	91	Nuevas Tecnologías de Información	NT	recepción	Empírica	Análisis del medio	Receptor: usuarios	Internet	114
F	GROSSO ESPINOSA Liliana	Telecomunicaciones y jerarquía de poder en América.	1998	Zeraoui Zidane	Estudio sobre la potencialidad relativa de las nuevas tecnologías en la ecuación de poder potencial (capital de inversión, consumo, mercado, telecomunicaciones y flujo de inf.) de los países de América Latina, sustentado en la teoría realista de las relaciones internacionales. Analiza la capacidad de los países para influir sobre otros de acuerdo con 7 dimensiones de indicadores de potencialidad. Según los resultados, EEUU es un país superpotencial; Canadá y Brasil tienen una potencialidad alta; México, Argentina y Puerto Rico, intermedia; Colombia, Chile, Venezuela y Perú, baja; y Bolivia, nula.	95	Nuevas Tecnologías de Información	CI	ámbito tecnológico	Empírica	Otros: Análisis socio-económico	Ninguna	En general	24
F	HERNÁNDEZ CASTANEDA María de Lourdes	Discusión y Apropiación de Contenidos Televisivos entre los miembros de las familias de Monterrey, Guadalajara y México, D.F.	2000	Lozano Rendón José Carlos	Investigación sobre la discusión y apropiación de los contenidos televisivos en las ciudades de Monterrey, Guadalajara y México, D.F., para conocer las mediaciones televisivas. En la metodología se describe el cruce de información cualitativa y cuantitativa, donde se trabajaron 2.886 encuestas y 180 entrevistas. De acuerdo con los resultados, el género determina ciertos patrones de comentarios, generalmente no se programan exposiciones al televisor excepto algún programa favorito como telenovelas, fútbol y noticiarios. El trabajo concluye que los contenidos televisivos son comentados por los televidentes, pero no en el seno familiar. La edad, el género y el nivel socioeconómico determinan la cantidad y tipo de comentarios. Se agregan apéndices de los formatos empleados para la obtención de los datos.	113	Estudios de recepción y mediación televisiva.	CM	recepción	Empírica	Combinadas: Encuestas (2886) y entrevistas (180) en tres ciudades de México.	Receptor: audiencias	Televisión	46
M	HUERTA WONG Juan Enrique	Hacia una evaluación de la TV mexicana: Diversidad en la programación abierta durante 1999.	2000	Lozano Rendón José Carlos	Investigación sobre la diversidad de la programación de TV abierta durante 1999, por medio de un análisis cualitativo sobre el sistema televisivo, la programación y los contenidos culturales. Analiza los resultados de 10 proyectos de inv. de la Cátedra Televisa en el ITESM. Concluye que la diversidad en canales y oferta es escasa: se concentra en dos empresas, dos formatos (ficción e inf.) y un país de origen (EU). Reflexiona acerca de la necesidad de políticas culturales que impulsen la diversidad en un sistema televisivo mexicano en congruencia con un sistema social inclusivo.	102	Industrias culturales: oferta cultural	CM	oferta	Empírica	Análisis de contenido	Industrias culturales	Televisión	97

M	LEETOY LÓPEZ Salvador	Percepción, consumo y apropiación de los dibujos animados extranjeros de la barra infantil de canal 5 entre niños de 8 a 10 años de la Ciudad de Zacatecas: el caso de Dragon Ball Z.	1998	Lozano Rendón José Carlos	Análisis de la recepción de mensajes transmitidos por televisión en la programación infantil de dibujos animados. El trabajo presenta el análisis de un caso, la recepción de "Dragon Ball Z" por medio de entrevistas focalizadas y sesiones de grupo con referencia a los Estudios Culturales, a niños de 8 a 10 años de clase media y alta en Zacatecas.	90	Estudios de recepción y mediación televisiva.	CM	recepción	Empírica	Combinadas: Entrevistas focalizadas (30) y sesión de grupo (7).	Receptor: audiencias	Televisión	31
M	LÓPEZ DEL PUERTO Luis Manuel	Documentación del uso y aplicación de las nuevas tecnologías de comunicación en un proceso de enseñanza-aprendizaje por profesores de programas de posgrado a distancia.	1999	López Islas José Rafael	Investigación sobre el uso y aplicación de nuevas tecnologías en programas de posgrado a distancia del TEC por medio de encuestas telefónicas a 37 de los 45 profesores de dichos programas (la mayoría radicados en Monterrey).	98	Comunicación educativa (Nuevas tecnologías de información y educación)	NT	ámbito tecnológico	Empírica	Encuestas telefónicas	Receptor: usuarios	Internet	30
F	LÓPEZ GALVÁN María Enriqueta	El sistema Multimedia Piloto: Vida Sana.	2000	López Islas José Rafael	Análisis del sistema multimedia: Vida Sana, prueba piloto de un programa informativo por medio de televisión e Internet. Se encontró que la mejor manera de transmitir información sobre el concepto Vida Sana es a través de la motivación de la gente y la orientación al encontrar lo que necesita para adoptar un estilo de vida saludable. Se seleccionó a la televisión por ser un medio informativo general y básico, masivo y audiovisual, y el Internet, por ser un medio de información específica y profunda de manera interactiva y atemporal. Dicho sistema multimedia aprovecha las potencialidades de ambos medios para complementarlos y enfrentar una necesidad de información como la que requiere la sociedad actual.	99	Comunicación educativa (Nuevas tecnologías de información y educación)	PCVD	ámbito tecnológico	Propuesta de comunicación	Diseño y producción	Ninguna	TV e Internet	2
F	LOZANO GARZA Blanca Delma	Diagnóstico de la oferta y consumo de medios de comunicación en dos poblados del Estado de Nuevo León.	1998	Lozano Rendón José Carlos	Diagnóstico descriptivo de la oferta de medios de comunicación, disponibilidad de programas televisivos, circulación de prensa, acceso a revistas, estaciones de radio, antenas parabólicas, uso de videocaseteras y teléfono en dos municipios de Nuevo León con limitaciones de oferta debido a las condiciones geográficas (Minas y Rayones). Por medio de la observación y entrevistas guiadas con cuestionarios a 30 familias de cada municipio, se describen las disponibilidades, exposiciones y preferencias programáticas de las poblaciones.	95	Industrias culturales: Oferta y consumo cultural	CM	oferta	Empírica	Combinadas: Observación, entrevistas guiadas.	Receptor: audiencias	En general	43
F	MÁRQUEZ DE LA GARZA Myrna Eugenia	El papel de las mediaciones en niños de primero de primaria: un estudio de recepción.	1996	Lozano Rendón José Carlos	Basado en el enfoque de los estudios culturales, esta tesis pretende conocer el papel de las mediaciones en el proceso de recepción infantil. Por medio de la observación participante, entrevistas a profundidad y dos grupos de discusión, se observó cómo los niños de primaria de diferente clase social se apropian de los mensajes televisivos, la credibilidad que le atribuyen, cómo está presente la TV en el aula y el acompañamiento de la familia en la exposición a la TV. Explica que los niños de clase baja suelen ver TV acompañados por un adulto, se apropian más de los mensajes y les atribuyen más credibilidad que los de clase alta. Mientras que la escuela pública niega la TV, la escuela privada se apoya en los medios para explicar y lograr un mejor entendimiento. La autora concluye que el factor socioeconómico es determinante en el proceso de recepción y en el uso de la TV.	138	Estudios de recepción y mediación televisiva.	CM	recepción	Empírica	Combinadas: Observación participante, entrevistas a profundidad y dos grupos de discusión.	Receptor: audiencias	Televisión	21
M	MÁRQUEZ ORTIZ Allende Sendic Antonio	"Estaba un día Trino...".	2000	McIntyre Steve	Este reporte describe el proceso de producción del video documental "Estaba un día Trino...", presentado como proyecto de tesis, desde la idea creativa hasta la postproducción del video acerca del trabajo de Trinidad Camacho Orozco, <i>Trino</i> , monero de periódicos como <i>La Jornada</i> del DF, <i>Público</i> de Guadalajara y de las revistas <i>Milenio</i> y <i>El Chamuco</i> . Describe su relación con otros moneros y algunas características de su humor.	35	Lenguaje mediático: Géneros periodísticos, caricatura	PCVD	genera un producto	Empírica	Entrevista	Ind. Cultural: Emisor	Prensa	2
M	MARROQUÍN NARVÁEZ Jorge	Relaciones norte-sur. Las agencias de noticias internacionales y la visión de occidente en periódicos de América Latina.	1998	Lozano Rendón José Carlos	El presente trabajo hace un análisis sobre las diferentes tendencias del flujo de noticias internacionales en los periódicos de América Latina, basadas en las agencias internacionales de noticias (UPI, AP, AFP y Reuter). Dichas agencias presentan una mirada occidentalizada del mundo y desfavorece a los países en vías de desarrollo. En los periódicos analizados, la mayoría de las noticias son de EU y de Europa, de cuyos países se exaltan las cosas "positivas". La mayoría de los periódicos utilizan una combinación de agencias, entre las cuales se encuentra en un lugar importante la agencia española EFE. Esto es con el propósito de diversificar las fuentes, pero en realidad no existen opciones alternativas. Dichas agencias ejercen una fuerte influencia en la mediación de la información y representación del mundo de manera segmentada.	70	Industrias culturales y representaciones.	CM	circulación	Empírica	Análisis de contenido	Industrias culturales	Prensa	31

F	MARTÍNEZ RUIZ Myrna Guadalupe	La telenovela y sus mujeres: los roles femeninos.	1998	Lozano Rendón José Carlos	A partir del supuesto de la importancia de la telenovela a nivel internacional y de sus impactos en los televidentes, a través de un análisis de contenido, este trabajo indaga acerca del tipo de roles y representaciones de la mujer que se presentan en las telenovelas exhibidas en la televisión comercial de Monterrey. Se incluye un análisis sobre las características sociodemográficas repetitivas de las mujeres representadas, su relación respecto de los hombres en el ámbito laboral o social, las características de los roles respecto de los cambios sociales existentes (abnegación, sumisión, independencia, seguridad, etc.), el contraste entre el estereotipo de hombres y mujeres con respecto a los perfiles presentados y el contraste entre la representación y la situación real de las mujeres dentro de la sociedad y la familia. Finalmente se pretende conocer si predomina la imagen de la mujer como dependiente del hombre y si la procreación es el único objetivo de vida de las mujeres en las telenovelas.	179	Industrias culturales y representaciones.	CM	mensaje	Empírica	Análisis de contenido	Industrias culturales	Televisión	54
F	MEGCHUN ALPIZAR Rosa María	Análisis de Contenido de Sitios en Internet de Candidatos a la Presidencia de Estados Unidos en el año 2000.	2000	López Islas José Rafael	Análisis de la oferta de contenidos de 40 sitios en Internet, seleccionados por un motor de búsqueda en Netscape de candidatos a la presidencia de Estados Unidos en el año 2000. Los hallazgos confirman el uso de Internet para una campaña política como medio de obtención de fondos, como medio informativo y como espacio para el diálogo y la promoción de la participación. Sin embargo, la descentralización que permite la herramienta no se reflejó en una presencia similar en Internet de los candidatos de los diferentes partidos. Además, en términos generales, fueron los sitios oficiales los que explotaron en mayor medida los recursos del medio	77	Nuevas Tecnologías de Información	NT	oferta	Empírica	Análisis de contenido	Industrias culturales	Internet	36
F	PÉREZ CHAVARRÍA Mariela	Un acercamiento -desde la comunicación- a la interpretación de la cultura organizacional de una multinacional mexicana: el caso de CEMEX.	1997	Buendía Agustín	Estudio cualitativo exploratorio del caso de la empresa CEMEX acerca de cómo la comunicación (discurso del director, informes anuales y video) influye en la cultura organizacional. A partir de este trabajo basado en la teoría emergente desde un enfoque interpretativo simbólico, la autora identifica que la empresa genera una imagen de sí misma como exitosa con algunas fallas y debilidades pero, sobre todo, en un proceso de transformación constante (dinámica). Reflexiona acerca de la importancia de la cultura organizacional como medio de adaptación intercultural.	121	Comunicación organizacional y estrategias de comunicación	Otro	institución	Empírica	Análisis de estrategias de comunicación	Organización	Varios: organizacional	108
F	PÉREZ LOZANO María Eugenia	Interpretación de un episodio de "Los Simpson" en seis grupos de regiomontanos. Un estudio de recepción.	1997	Lozano Rendón José Carlos	Estudio del proceso de recepción televisiva a través de las interpretaciones hechas por 6 grupos de la audiencia regiomontana. La autora concluye que las diferentes interpretaciones de los mensajes son generadas por la suma de factores del proceso de recepción y las mediaciones de las comunidades de referencia a la cual pertenece el sujeto.	200	Estudios de recepción y mediación televisiva.	CM	recepción	Empírica	Grupos de discusión	Receptor: audiencias	Televisión	41
F	RAMÍREZ STAVROS Marcela	Juventud para crecer... experiencia para volar: (planificación hacia la tercera edad).	1998	Lozano Rendón José Carlos	Diseño y producción de un video dirigido a jóvenes para despertar el interés y crear conciencia de las necesidades de planificar para la tercera edad. El producto comunicativo pretende modificar la actitud moral, social y de salud. Se realizó con base en entrevistas, investigación bibliográfica y un sondeo entre la población meta.	95	Comunicación educativa (Educación y Medios de comunicación)	PCVD	genera un producto	Propuesta de comunicación	Diseño y producción. Entrevistas e inv. Bibliográfica.	Ninguna	Video	19
M	RODRIGUEZ ELIZONDO Fernando Abiel	La Apelación al Miedo como una Estrategia para la Comunicación Ambiental.	2000	Rodríguez Garza Juan Manuel	Trabajo que prueba la efectividad de un mensaje basado en la apelación del miedo en comparación con un mensaje informativo acerca de la escasez de agua en Monterrey. Se utilizó un modelo hipotético a partir del modelo ordenado de la motivación por la protección (Tanner, Hunt y Eppright, 1991), para realizar un experimento de laboratorio con 162 habitantes de Monterrey. Se encontró que la experiencia y el conocimiento previo del tema contribuyen para formar una conciencia de la severidad y cercanía del riesgo y presentar una mayor disposición para el ahorro de agua. La amenaza en el anuncio colaboró para la percepción de la severidad del riesgo, pero no se pudo demostrar que la amenaza fuera responsable de incrementar el involucramiento con el tema. Se concluye que la efectividad de un mensaje requiere varias exposiciones, ya que los efectos son acumulativos.	67	Comunicación educativa (Educación y Medios de comunicación)	CM	efectos	Empírica	Encuestas	Receptores	Impreso	21
F	RODRIGUEZ RODRIGUEZ Daniela María	Industria y Cultura Musical: la cultura en los procesos de producción y difusión de música popular para mercados transnacionales.	1996	Wilkinson Harper Kenton T.	Estudio sobre el papel de la cultura en la selección, producción y difusión del movimiento musical gruperío norteno y texano en mercados transnacionales en relación con el debate entre homogeneización y diversidad de la oferta cultural ante la globalización. Identifica las condicionantes internas de las industrias independientes como fuerza diversificadora de la oferta de música comercial en el mercado, basada en la diversidad cultural existente, por medio de una investigación de campo y tres entrevistas estructuradas a tres empresas independientes en Monterrey y San Antonio, Texas.	226	Industrias culturales musicales y globalización	CI	circulación	Empírica	Varios: Entrevistas estructuradas e investigación de campo	Industrias culturales	Internet	108
M	SALVO MENDIETA Enrique Javier	Los videos Musicales como Herramienta de aprendizaje de la moda actual para los jóvenes.	1999	López Islas José Rafael	Análisis de la construcción valoral sobre la moda en el vestir de jóvenes universitarios en Managua a partir de la exposición a videos musicales. Se basó en la aplicación de una encuesta a 200 alumnos, y un experimento con dos grupos de discusión, uno con exposición a un video y otro sin la exposición.	84	Estudios de recepción y mediación televisiva.	CM	efectos	Empírica	Combinadas: Encuestas (200) y un experimento con grupos de discusión	Receptor: audiencias	Video	22

F	TABLATE AROSEMENA Mary Carmen.	Análisis de la representación de la mujer en las comedias de situación norteamericanas de mayor audiencia transmitidas por televisión aérea en México.	1998	López Islas José Rafael	Análisis de contenido cualitativo de tres comedias de situación televisivas norteamericanas para identificar los estereotipos femeninos y compararlos con los estereotipos de la cultura latinoamericana. Esta tesis analiza 7 capítulos de los programas <i>La Niñera</i> , <i>Seinfeld</i> y <i>Friends</i> , para describir cómo se representan las mujeres en cuanto a sus atributos físicos, de personalidad y sociales, y compararlos con nuestra cultura.	104	Industrias culturales y representaciones.	CM	mensaje	Empírica	Análisis de contenido	Industrias culturales	Televisión	37
F	TAPIA BARANDA Laura Emilia	Nivel de uso, aplicación y percepción sobre nuevas tecnologías de comunicación de alumnos de programas de posgrado a distancia.	1999	López Islas José Rafael	Investigación sobre el grado de conocimiento de los alumnos de posgrado de la Universidad virtual del TEC sobre las nuevas tecnologías y la forma en que las utilizan para sus estudios. Se aplicaron 250 encuestas a nivel nacional.	72	Comunicación educativa (Nuevas tecnologías de información y educación)	NT	consumo	Empírica	Encuestas	Receptor: usuarios	Internet	22
F	TOBA MERY Elvira	El enfoque del establecimiento de agenda y el nuevo orden mundial de la información y la comunicación en dos semanas de prensa latinoamericana.	1999	Lozano Rendón José Carlos	Investigación propuesta por el Grupo de Trabajo de Estudios de Periodismo de la Asociación Latinoamericana de Investigaciones de la Comunicación (ALAIIC). Presenta un análisis de contenido de 8 periódicos latinoamericanos, de todas las noticias (2,181 notas) durante dos semanas, para conocer los temas más destacados en la agenda de noticias internacionales propuesta por los diarios, países mencionados y fuentes noticiosas. Hace un diagnóstico sobre las tendencias de temas internacionales de la prensa en LA y la conformación de agendas.	78	Industrias culturales y representaciones.	CM	mensaje	Empírica	Análisis de contenido	Industrias culturales	Prensa	39
F	VIDAL LÓPEZ Ma. Magdalena	Aplicación del diseño metafórico en la producción de un sistema interactivo multimedia.	1997	Verdines A. Martha Patricia	Aplicación de la Guía de diseño metafórico en el diseño y producción de un sistema multimedia para comprobar si el uso de metáforas incrementa la familiaridad y reduce la complejidad percibida por el usuario al interactuar con el sistema resultante. Se presenta una investigación cualitativa y experimental para evaluar la efectividad de un sistema multimedia metafórico acerca de las aves migratorias en México.	62	Comunicación educativa (Nuevas tecnologías de información y educación)	NT	genera un producto	Propuesta de comunicación	Diseño, producción y análisis de la estrategia de com.	Receptor: usuarios	Computadora	25

5 tesis de temas relacionados con comunicación en países extranjeros

La propuesta de comunicación puede incluir además un proceso de evaluación empírico.

Prom. refs citadas 44

4638

Promedio de páginas por tesis 105