



UNIVERSIDAD DE
COSTA RICA



UNIVERSIDAD DE COSTA RICA

Facultad de Ciencias Sociales

Escuela de Ciencias de la Comunicación Colectiva

Periodismo literario: Diseño y promoción de una sección noticiosa para la Revista Digital

Sobrevuelo

Trabajo Final de Graduación (Proyecto) para optar por el grado de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación Colectiva con énfasis en Periodismo.

Eduardo Antonio Bolaños Vargas

A00639

Comité Asesor:

Carolina Carazo Barrantes

Alejandro Vargas Johansson

Alejandro Lizano Fernández

Ciudad Universitaria Rodrigo Facio

San José, Costa Rica

Diciembre, 2022



**UNIVERSIDAD DE COSTA RICA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
ESCUELA DE COMUNICACIÓN COLECTIVA**

ACTA DE PRESENTACIÓN DE REQUISITO FINAL DE GRADUACIÓN No.006

Sesión del Tribunal Examinador celebrada el día **Jueves 15 de diciembre del 2022**, a las **3:00 pm**, con el objeto de recibir el informe oral de la presentación pública del:

SUSTENTANTE	CARNE	EGRESADO AÑO	ENFASIS
Eduardo Antonio Bolaños Vargas	A00639	II 2020	Periodismo

Quien se acoge al Reglamento de Trabajos Finales de Graduación bajo la modalidad de **proyecto** para optar al grado de **Licenciatura en Ciencias de la Comunicación Colectiva en el énfasis de Periodismo**.

El tribunal examinador integrado por:

M.Sc. Lorna Chacón Martínez	Presidente (a)
M.Sc. Ana Cecilia Pérez Cortes	Profesor (a) Invitado (a)
Dra. Carolina Carazo Barrantes	Director (a) T.F.G.v
M.Sc. Alejandro Vargas Johansson	Miembro del Comité Asesor
Lic. Alejandro Lizano Fernández	Miembro del Comité Asesor

ARTICULO I

La Presidenta informa que el expediente del postulante contienen todos los documentos de rigor. Declara que cumple con todos los demás requisitos del plan de estudio correspondiente y, por lo tanto, se solicita que proceda hacer la exposición.

ARTICULO II

El postulante hacen la exposición oral de su trabajo final de graduación titulado: ***Periodismo literario: Diseño y promoción de una sección noticiosa para la Revista Digital Sobrevuelo***

ARTICULO III

Terminada la disertación, el Tribunal Examinador hace las preguntas y comentarios correspondientes durante el tiempo reglamentario y, una vez concluido el interrogatorio, el Tribunal se retira a deliberar.

ARTICULO IV

De acuerdo al Artículo 39 del Reglamento Finales de Graduación. El Tribunal considera el Trabajo Final de Graduación:

APROBADO (X) APROBADO CON DISTINCION () NO APROBADO ()

Observaciones: se le solicita incorporar en los antecedentes el elemento solicitado

ARTICULO V

La Presidenta del Tribunal le comunica al postulante el resultado de la deliberación y lo declara acreedor al grado de Licenciatura en: **Ciencias de la Comunicación Colectiva en el énfasis de Periodismo.**

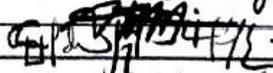
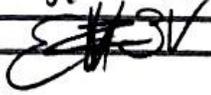
Se le indican la obligación de presentarse al Acto Público de Juramentación, al que será oportunamente convocado

Se da lectura al acta que firman los Miembros del Tribunal Examinador y el Postulante.

A las 16:36 se levanta la sesión.

Nombre:

Firma:

M.Sc. Lorna Chacón Martínez	
M.Sc. Ana Cecilia Pérez Cortes	
Dra. Carolina Carazo Barrantes	
M.Sc. Alejandro Vargas Johansson	
Lic. Alejandro Lizano Fernández	
Eduardo Antonio Bolaños Vargas	

Dedicatoria

El presente Trabajo Final de Graduación está dedicado a mi familia, pilar fundamental que me ha permitido el logro de todas mis metas: a mi esposa Yahaira y mi hija María de Guadalupe, que han tenido que soportar muchas horas de trabajo y sacrificios de tiempo.

A mi papá Álvaro, mi mamá Guiselle y mi hermano Álvaro Enrique, que siempre han estado presentes para apoyarme en todos mis proyectos.

También a mi hijo Juan de Dios (qdDg) que desde el cielo intercedió para poder lograr este objetivo tan importante en mi vida.

Y a todas aquellas personas que, desde la Escuela de Ciencias de la Comunicación Colectiva, de la Universidad de Costa Rica, me han apoyado en la elaboración de este trabajo después de tanto tiempo desde que concluí mis estudios principales de la licenciatura, en particular a las personas que conforman el comité asesor de este trabajo.

Agradecimientos

En primer lugar mi agradecimiento a Dios, por darme la oportunidad y la vida para poder retomar la licenciatura, con la intersección de María Santísima. Mi agradecimiento a Dios es infinito por todos los milagros realizados en mi vida.

Quiero agradecer a las personas que han apoyado la realización de este proyecto, muy especialmente a las personas de mi comité asesor, que han tenido la paciencia de esperar mis avances y dar las sugerencias necesarias para llegar a buen fin.

Un agradecimiento en particular a la Escuela de Comunicación Colectiva de la Universidad de Costa Rica y las personas encargadas del proceso de licenciatura, por la oportunidad de poder retomar este proyecto y permitirme llevar los cursos requeridos para poder dar buena conclusión a esta importante meta.

A los profesores que me brindaron sus conocimientos desde el año 2000 cuando empecé mi estudios universitarios hasta la actualidad; algunos ya pensionados, otros que se nos adelantaron a la eternidad, pero cuyas palabras quedan siempre en la memoria.

Agradecimiento especial a doña Patricia Coto, que ha sido un gran apoyo para todos los estudiantes desde que tengo memoria en mis primeros pasos en la universidad, y con mayor énfasis en estos últimos años, por su paciencia con mis constantes dificultades en la matrícula, por ayudarme a solucionarlos y dar seguimiento a mi persona.

Índice general

Dedicatoria	4
Agradecimientos	5
Índice general	6
Índice de tablas	9
Índice de figuras	9
Resumen	11
Capítulo 1. Planteamiento de la investigación	13
1.1 Introducción	13
1.2 Justificación de la investigación	14
1.3 Planteamiento del problema	17
1.3.1 Delimitación del problema	18
1.3.2 Pregunta de investigación	19
1.4 Objetivos de investigación	20
1.4.1 Objetivo general	20
1.4.2 Objetivos específicos	20
Capítulo 2. Contextualización	22
2.1 Estado de la cuestión	22
2.1.1 De la tinta a los píxeles: el periodismo cultural y la digitalización de los medios	23
2.1.2 El viaje de la creación: desde la comprensión de las audiencias a la propuesta de nuevos medios	26
2.2 Marco situacional	30
2.2.1 Editorial Sobrevuelo	30
2.2.2 Revista Sobrevuelo	31
2.3 Marco teórico	32
2.3.1 Las Industrias culturales y la producción periodística	33
2.3.2 La Agenda-Setting y los contenidos culturales	34
2.3.3 El periodismo cultural y la literatura	36
Capítulo 3. Marco metodológico	39

3.1 Enfoque de investigación	39
3.2. Alcance de la investigación	40
3.3 Población, muestras y fuentes de información	40
3.4 Categorías de análisis de investigación	42
3.5 Técnicas de recolección	46
3.6 Resumen metodológico	47
3.7 Procesamiento y análisis de datos	48
3.7.1 Plan de validación de los instrumentos metodológicos	49
3.7.2 Resultados de las validaciones	50
Capítulo 4: Resultados	51
4.1 Cuestionario en redes sociales ¿Qué espera la comunidad?	51
4.1.1 Información de los participantes	52
4.1.2 La comunidad y los medios de comunicación	54
4.1.3 Consideraciones para una mejor comunicación literaria	58
4.1.4 Principales aportes del cuestionario aplicado a miembros de la Comunidad Literaria Costarricense.	63
4.2 ¿Qué opinan los expertos? Entrevistas a directores de medios de comunicación.	65
4.2.1 La actualidad de la divulgación cultural en Costa Rica desde los expertos	66
4.2.3 Principales aportes de las entrevistas a los directores de medios de comunicación	74
4.3 Análisis de publicaciones. ¿Cuáles son las tendencias?	75
4.3.1 Análisis de publicaciones de los medios nacionales	76
4.3.2 Aportes generales de los medios de comunicación nacionales	78
4.3.3 Análisis de publicaciones de los medios internacionales	79
4.3.4 Principales aportes de los medios internacionales estudiados	82
Capítulo 5: Conclusiones y recomendaciones	84
5.1 Conclusiones	84
5.2 Recomendaciones	86
5.2.1 Recomendaciones a la Revista Sobrevuelo	86
5.2.2 Recomendaciones a la Comunidad Literaria Costarricense	87
5.2.3 Recomendaciones a los nuevos medios de comunicación cultural	88

6. Proyecto: diseño de una sección cultural de literatura para la Revista Sobrevuelo digital	90
6.1 Principales hallazgos de la investigación	90
6.2 Información general de la sección	92
6.2.1 Nombre y logotipo	92
6.2.2 Organización de la sección	93
6.2.3 Editores y fuentes de información	95
6.2.4 Públicos de la sección (<i>User persona</i>)	96
6.2.5 Objetivos de la sección web	98
6.3 Características específicas de la sección “Letras Vivas”	98
6.3.1 El sitio actual y su diseño gráfico	99
6.3.2 Mapa de navegación del sitio	100
6.3.3 Uso de materiales multimedia	102
6.3.4 Usabilidad, experiencia de usuario e interacción	106
6.3.5 Propuesta de diseño de contenidos para los formatos periodísticos	109
6.4 Etapas de desarrollo de la sección	118
6.5 Estrategias de divulgación en redes sociales	122
6.5.1 Creación de formatos para publicar en las redes sociales	122
6.5.2 Creación de miniaturas para YouTube y Podcasts	125
6.5.3 Estrategias para divulgación de contenidos publicados	126
6.5.4 Estrategias para la creación de contenidos propios para redes sociales	127
6.5.5 Estrategias de promoción no pagada	128
6.5.6 Estrategias de publicación pagada	129
6.6 Conclusiones generales para la elaboración del proyecto Letras Vivas	130
6.7 Reflexiones del proceso	132
Referencias	135
Anexos:	140
Anexo 1 - Medios de comunicación activos con secciones culturales en su sitio web	140
Anexo 2. Cronograma de trabajo	142
Anexo 3: Documento de Consentimiento informado para las personas entrevistadas	145
Anexo 4. Cuestionario para miembros de la comunidad literaria costarricense en Facebook	5
Anexo 5. Matriz de análisis de publicaciones culturales de literatura	9
Anexo 6. Entrevista semi-estructurada a directores de medios de comunicación cultural.	10

Anexo 7. Tabla de validación del cuestionario para miembros de la comunidad literaria costarricense en Facebook _____	12
Anexo 8. Validación de matriz de análisis de publicaciones culturales de literatura _____	12
Anexo 9. Validación de entrevista semiestructurada para editores. _____	14

Índice de tablas

Tabla 1 - Categorías de análisis de objetivo específico 1. _____	42
Tabla 2 - Categorías de análisis de objetivo específico 2. _____	43
Tabla 3 - Categorías de análisis de objetivo específico 3. _____	45
Tabla 4 - Resumen de metodología propuesta. _____	47
Tabla 5 – Actualidad de la divulgación cultural en Costa Rica _____	66
Tabla 6 – Periodismo cultural de Literatura _____	71
Tabla 7 – Análisis de las publicaciones de los medios nacionales _____	76
Tabla 8 – Análisis de las publicaciones de los medios internacionales _____	80
Tabla 9 – Esquema general de producción en YouTube _____	104
Tabla 10 – Esquema general de producción para podcast en Spotify _____	105
Tabla 11 – Diseño de contenidos para las noticias informativas _____	110
Tabla 12 – Diseño de contenidos para entrevistas _____	112
Tabla 13 – Diseño de contenidos para reseñas _____	114
Tabla 14 – Diseño de contenidos para opiniones _____	117

Índice de figuras

Figura 1 - Pregunta 2: tipo de producción literaria. _____	52
Figura 2 - Pregunta 4: relación con empresas editoriales. _____	53
Figura 3 - Pregunta 6: contactos con periodistas de medios de comunicación. _____	55

Figura 4 - Pregunta 7: espacio de informaciones culturales en medios de comunicación. _____	56
Figura 5 - Pregunta 9: opinión de la información cultural en redes sociales _____	57
Figura 6 - Pregunta 10: Géneros de periodismo adecuados para la publicación de contenidos de literatura. _____	59
Figura 7 - Pregunta 13: Organización de contenidos de texto y multimedia para mejorar la información. _____	60
Figura 8 - Tipos de publicaciones en redes sociales. Pregunta 14: Sugerencias para publicar contenidos culturales literarios en redes sociales. _____	62
Figura 9 - Logotipo de la sección “Letras Vivas” _____	92
Figura 10 - Utilización del logotipo en imágenes ilustrativas o fotografías de publicaciones del sitio web. _____	93
Figura 11 - Organización de las subsecciones en el sitio web _____	94
Figura 12 - Persona usuaria principal _____	96
Figura 13 - Persona usuaria secundaria _____	97
Figura 14 - Visión general de una publicación en el sitio web _____	99
Figura 15 - Sección inferior del sitio web de la Revista Sobrevuelo. _____	100
Figura 16 – Ubicación de Letras Vivas en el menú de navegación principal _____	102
Figura 16 – Visualización de animación inicial para videos _____	103
Figura 17 – Página inicial de noticias _____	107
Figura 18 – Diseño responsivo en dispositivo celular _____	108
Figura 19 – Vínculos a redes sociales y espacios de comentarios _____	109
Figura 20 – Publicación de CoolT en Instagram _____	123
Figura 21 – Diseño de formato de publicaciones para redes sociales _____	124
Figura 22 – Diseño de miniaturas para YouTube y Spotify _____	125

Resumen

En el presente Trabajo Final de Graduación se investigan las necesidades de la Comunidad Literaria Costarricense (escritores, editores, diagramadores, ilustradores, etc.), en cuando a las posibilidades de divulgación de los libros y actividades que producen, así como el acceso a los medios de comunicación social, con la intención de generar una iniciativa que beneficie a esta población cultural desde la perspectiva periodística.

Para lograr este objetivo se realizó un cuestionario autoadministrado en los grupos de Facebook, que son el principal canal de comunicación de la comunidad. Gracias a esta herramienta se identificó la necesidad de la población de contar con un medio de comunicación cultural que brinde un espacio periodístico innovador, que logre hacer un uso moderno de las redes sociales, y que se caracterice por el manejo sencillo del lenguaje y el estilo; esta propuesta se desarrollaría en la sección de Arte y Cultura de la Revista Sobrevuelo Digital (www.revistasobrevuelo.com).

Con la intención de hacer una propuesta de diseño periodístico y de contenidos de la sección, se llevaron a cabo entrevistas semiestructuradas con las personas que dirigen tres medios de comunicación cultural en Costa Rica: Ana Beatriz Fernández, encargada de la sección “Los Libros” del Semanario Universidad; Geovanny Jiménez, director de CulturaCR; y Óscar Castillo, director de Lectomanía. Con ellos se indagó acerca de la situación actual del periodismo cultural y de literatura en Costa Rica, así como la industria de los medios de comunicación en el país. También se les preguntó acerca buenas prácticas que consideran a la hora de implementar un medio de comunicación periodístico de literatura y su correspondiente uso en redes sociales.

Como complemento del estudio se realizó un análisis de 60 artículos de prensa digital, en temas específicos de literatura, 30 publicaciones correspondieron a los medios de comunicación nacionales previamente mencionados, y otras 30 publicaciones corresponden a los medios internacionales Bakánica de Colombia, Arte al Límite de Chile y CoolT de España. El corpus textual permitió conocer las tendencias gráficas y de diseño de contenidos en prensa de literatura, además se pudo observar el uso del vocabulario y los géneros periodísticos

acostumbrados en estos medios. Otro de los grandes aportes de estas publicaciones fue conocer el uso de las redes sociales que ejercen estos medios de comunicación.

Con toda la información obtenida de las distintas metodologías aplicadas se lograron obtener una serie de resultados, conclusiones y recomendaciones, de los que se derivan las características de la propuesta: la sección “Letras Vivas” y sus correspondientes subsecciones en la Revista Sobrevuelo.

La propuesta de proyecto en la sección final de este trabajo consiste en la explicación detallada de todas las especificaciones de funcionamiento de la sección de literatura, las propuestas de diseño de contenido periodístico de acuerdo a los distintos géneros, y las sugerencias de estilo, así como la planificación de la ejecución del proyecto en distintas fases y estrategias para la creación de materiales multimedia y su correspondiente uso en redes sociales, de forma que se logre mayor divulgación entre la audiencia.

Capítulo 1. Planteamiento de la investigación

El presente Trabajo Final de Graduación (TFG) es el proyecto de creación de una sección de noticias de literatura para la Revista Sobrevuelo (www.revistasobrevuelo.com), cuyo fundamento requiere de la investigación previa mediante la cual se justifican las recomendaciones periodísticas, de diseño de contenidos y manejo de redes sociales explicadas como propuesta en el presente documento.

En este primer capítulo del TFG se detalla el planteamiento de la investigación, la justificación y el estudio bibliográfico previo al desarrollo teórico y metodológico. Además, se explica el abordaje teórico y conceptual necesario para el logro de los objetivos planteados por medio de la metodología propuesta.

Luego del análisis de los resultados, el proyecto aporta a la elaboración de una serie de sugerencias de las características que pueden tener los artículos periodísticos de literatura, propuestas de subsecciones y la estrategia de promoción por medio de las redes sociales. Una vez ejecutados en el sitio web se espera que sean gran apoyo para la comunidad literaria costarricense, en búsqueda de la satisfacción de sus necesidades, con las recomendaciones expertas y la observación de las tendencias nacionales e internacionales en cuanto a género y formato periodístico.

1.1 Introducción

En el primer capítulo se presentan los aspectos que fundamentan el proyecto de Trabajo Final de Graduación, abarcando temas que van desde la importancia del aporte del proyecto al periodismo y las Ciencias de la Comunicación Colectiva, hasta los objetivos desarrollados en la presente propuesta.

La primera sección justifica la necesidad de investigar los requerimientos de los principales públicos que sustentan el trabajo. También se menciona la importancia del aporte de este trabajo a la investigación en periodismo cultural y las nuevas tendencias de formatos y diseño de contenido.

Adicionalmente, se incluye un detalle del planteamiento del problema a investigar, desde donde se delimitan los principales temas de la investigación. Finalmente, se plantean

los objetivos del TFG en general, así como los objetivos específicos que permitieron la realización de este trabajo y el aporte al periodismo cultural.

1.2 Justificación de la investigación

En el presente trabajo se explora el periodismo cultural como un campo de gran relevancia para el desarrollo de la sociedad de un país, porque -sintetizando las ideas de los autores estudiados- este refleja manifestaciones que van más allá de las bellas artes y que involucran el sentimiento de pertenencia y de creación de significados de un pueblo. Como profesionales es importante comprender que las distintas ramas de las ciencias de la comunicación son una herramienta que da voz, refleja y construye realidades de distintos actores de la sociedad y organizaciones que las rodean.

En el tema específico de la cultura y la literatura, en resumen, se puede considerar el periodismo como una herramienta con la que los profesionales de la comunicación y los artistas pueden aprovechar para dar a conocer sus creaciones y eventos artísticos en general. Además, es necesario identificar la divulgación o información cultural como aquella que es generada por los actores propiciadores de la cultura, a diferencia del periodismo cultural que es la posibilidad de un medio de comunicación de publicar estas informaciones culturales por medio de sus canales informativos.

Pero no se puede dejar de lado que el periodismo tiene funciones sociales más allá de la divulgación de la información, y por medio del trabajo profesional de los comunicadores, el periodismo tiene la cualidad de tomarle el pulso a las políticas culturales, indagar acerca de las inversiones o la carencia de ellas, señalar la necesidad de recursos, contrastar opiniones sobre la convergencia de la cultura y el desarrollo, documentar las realidades culturales de los entornos urbanos y rurales y así poder recopilar datos para contar las historias del sector cultura.

Sin embargo, preocupa ver que los medios de comunicación tradicionales y digitales dedican poco espacio a la cultura en comparación con el entretenimiento y otras noticias de la agenda según explica Báez (2013): “ciertamente, el periodismo cultural se da a la tarea de batirse con las estructuras tradicionales para dar un acercamiento a las artes y la cultura, elementos claves en el desarrollo de un país y de una sociedad” (p.1).

En un sondeo realizado por este postulante entre el 23 de agosto y el 10 de octubre del año 2020 en el contexto del curso C-6016 Taller de Investigación para Comunicación estratégica, en 69 medios de comunicación de Costa Rica con presencia en la red social Twitter y con sitio web activo, resultó que solo hay 2 medios de comunicación dedicados específicamente a temas culturales (Revista Ícaro y DeleFoco), de los cuales solo Ícaro trabajaba temas de la literatura. Sin embargo, en una actualización realizada durante el desarrollo de esta investigación la Revista Ícaro dejó de ser producida (octubre del 2021) y nació una nueva opción desde el seno de la Cámara Costarricense del Libro que se llama “Lectomanía”.

También se pudo determinar que hay 19 medios con secciones de cultura y que publican con regularidad según se aprecia en el Anexo 1, de los cuales se encontró que solo 13 medios tienen alguna publicación en el tema de literatura. Esto quiere decir que el tema de la literatura no es común en la agenda de los medios de comunicación nacionales y justifica la importancia de proponer un nuevo espacio noticioso, en un sitio web alternativo como lo es la Revista Sobrevuelo, que tuvo su nacimiento en una iniciativa editorial.

La historia del periodismo cultural en Costa Rica tiene grandes expositores como lo son la sección Áncora de La Nación, que fue publicada por primera vez el 4 de enero de 1951 según se cita en el artículo de Wikipedia La Nación (Costa Rica), (2022, párr.12), y que existe todavía en la actualidad como una sección semanal de pocos folios. También los medios de comunicación de la Universidad de Costa Rica han tenido un papel preponderante en el periodismo cultural, con distintos espacios a lo largo de la historia, de los cuales en la actualidad podemos consultar “Los Libros” en el Semanario Universidad y “Compartiendo la palabra” en Radio Universidad de Costa Rica.

Teletica Canal 7 también tuvo su aporte con el programa Blanco y Negro que dirigió el periodista Manuel Delgado como una sección de Telenoticias, y que duró 18 años al aire. El periodista obtuvo el premio Joaquín García Monge. También en Teletica y el Canal 13 del SINART se contó con el programa Atisbos del reconocido intelectual costarricense Guido Sáenz, quien lo mantuvo en el aire desde el año 1976 al 2001 (Díaz, 2019).

Uno de los más reconocidos medios periodísticos culturales digitales fue RedCultura de la periodista Natalia Rodríguez, que funcionó por medio del sitio web www.redcultura.com desde el 2004, pero que se encuentra inactivo en la actualidad. También es necesario recordar

la creación de espacios de periodismo cultural gestionados por el reconocido exministro de Cultura, Alberto Cañas, que fue fundador y director de medios de comunicación como La República, El Excelsior y colaborador de muchos diarios, como La Prensa Libre.

Otro de los medios destacados en la transmisión cultural fue la Revista Literofilia, cuyos contenidos se publicaron por medio de la versión digital www.literofilia.com y en el programa radiofónico Literofilia Radio que se transmitió hasta el 2019 en Costa Rica Radio del Sistema Nacional de Radio y Televisión (SINART), ambos producidos por el escritor Warren Ulloa Argüello. El programa salió del aire luego de serias denuncias contra Ulloa, que salieron a la luz en el Semanario Universidad (Rivera, 2019). Esta revista multiplataforma de difusión cultural y literaria recibió en el 2017 el Premio Nacional de Comunicación Cultural Joaquín García Monge, su director anteriormente había sido galardonado con el Premio Nacional Aquileo J. Echeverría en el 2011 (Dirección General de Cultura, s.f).

Este proyecto es importante para el periodismo costarricense porque pretende crear una propuesta de contenido y divulgación profesional periodística del tema literario en una sección web dedicada al tema cultural, que trabaje el tema desde una perspectiva noticiosa; con reportajes, entrevistas, crónicas y otros formatos, en concordancia con los hallazgos que se encuentren en la investigación realizada con la Comunidad Literaria Costarricense.

Por lo tanto, se realizó una investigación de las tendencias actuales de producción de contenido periodístico cultural que permita incorporar en la propuesta los formatos más actuales de cómo se presenta la información en la web, es decir; conociendo el tipo de contenidos que se consumen en la actualidad, se puede determinar si esta información periodística debe ser producida en video, en audio, en texto o como una mezcla de varios formatos. También este proyecto será un aporte al periodismo cultural costarricense, permitiendo que las personas que hacen parte de la Comunidad Literaria Costarricense (autores, editoriales y equipos de edición como ilustradores y diseñadores) puedan contar con un espacio asegurado en un medio de comunicación, que tenga como prioridad las noticias culturales del tema literario.

Esta propuesta tiene, además, un interés personal y profesional del postulante, cuya pertenencia a la comunidad literaria le ha llevado a ser autor, coautor, diseñador y editor de 29 libros publicados en distintas editoriales -en su mayoría en la Editorial Sobrevuelo, de la cual es fundador- así como en la editorial Club de Libros, entre otras. Por tanto, se cuenta con

conocimiento acerca de la dificultad de las personas que participan en la Comunidad Literaria Costarricense para tener un espacio en los medios de comunicación tradicionales. El postulante, además, es el director y creador de la Revista Sobrevuelo.

Este trabajo se enmarca en el contexto de la pandemia del COVID-19, que asoló al mundo principalmente durante los años 2020 al 2022 y marcó un tiempo de dificultades sociales y laborales; sin embargo, también se convirtió en una oportunidad para terminar los estudios, pues se virtualizó el acceso a las lecciones universitarias, se universalizó el uso de plataformas digitales para reuniones y se facilitó el uso de bibliotecas virtuales para búsqueda de la información. Es por eso que, aprovechando las posibilidades del momento, gran parte de la bibliografía de consulta está en formato digital, así como la metodología seguida para recopilar la información correspondiente.

1.3 Planteamiento del problema

El problema planteado en el presente proyecto es el siguiente: existen pocos medios de comunicación dedicados al tema cultural de forma exclusiva, y un porcentaje bajo de medios de comunicación revisados tienen secciones de noticias culturales con información de literatura. Esto parece demostrar que en los medios masivos “los modelos de comunicación se han reestructurado, siguen la lógica del mercado y responden al comportamiento de sus audiencias” (Mora, 2017, p.37). Es decir, persiste una fuerte lucha por el espacio de las noticias culturales en la agenda de las empresas mediáticas (Jiménez, 2015, pp.67-68). Es necesario, además, tomar en cuenta el rol que juegan los editores de los medios y la pauta ideológica como empresas de comunicación.

La presente propuesta de investigación responde a la necesidad de comunicación que tiene la Comunidad Literaria Costarricense (entendida como autores, editores e instituciones vinculadas con literatura), en cuanto al acceso a la agenda periodística cultural en temas de literatura.

A pesar de que ciertamente el sector cultural costarricense está viviendo una época de iniciativas culturales (Jiménez, 2015, p.6) con eventos (previos a la pandemia de COVID-19) como Enamórate de tu ciudad, Transitarte, Art City Tour y políticas de apoyo a la cultura; también es importante indicar que “la producción literaria en Costa Rica es discriminada y no

se le da el reconocimiento que merece. Hay una sensación de invisibilidad de la literatura ante las instituciones públicas encargadas del fomento de las participaciones y expresiones artísticas” (Arias, 2014, p.7), lo que repercute en los medios de comunicación. El tema literario es especialmente poco abordado en la agenda de los medios.

Ante este panorama es que las personas escritoras nacionales utilizan grupos de Facebook para comunicarse, para participar en actividades y para hacer contactos con otras personas dedicadas a las artes literarias. En una indagación propia, al día 17 de octubre del 2020, el grupo Escritores de Costa Rica contaba con 1470 miembros, el grupo Escritores Independientes con 410 miembros y el grupo Club de Lectores y Escritores de Costa Rica con 1900 miembros. Los miembros de estos grupos son principalmente autores, editores y lectores que siguen de cerca a los autores nacionales.

Es por esta razón que se propone crear un espacio periodístico, con el apoyo de la Editorial Sobrevuelo, por medio de la Revista digital Sobrevuelo, que brindaría la posibilidad de satisfacer parte de las necesidades de divulgación de la comunidad literaria y que eventualmente serviría de guía para el desarrollo de otros proyectos de comunicación cultural digital y su correspondiente promoción por medio de las redes sociales, que se puedan desarrollar de manera posterior, tomando en cuenta las recomendaciones de la presente investigación.

1.3.1 Delimitación del problema

El problema del presente proyecto requiere de la investigación de los requerimientos informativos de la comunidad literaria, en cuanto a necesidades y expectativas con respecto a la participación en un medio de comunicación, con el fin de elaborar la propuesta de una sección de noticias de literatura y recomendaciones de estilo periodístico, formatos y diseño de contenido digital y divulgación por medio de redes sociales de los contenidos de la sección.

Esta indagación se realizó en el último trimestre del 2021 por medio de cuestionarios que se compartieron en los grupos de Facebook de Costa Rica donde participa la Comunidad Literaria Costarricense. Se realizaron entrevistas con personas expertas, directores de secciones culturales de medios de comunicación seleccionados, por medio de plataformas digitales de video conferencia, ambas metodologías virtuales ejecutadas en el contexto de la pandemia del COVID-19 cuando se limitaron las reuniones presenciales.

Los sujetos de estudio son las personas de la Comunidad Literaria Costarricense y gestores culturales, de quienes se obtuvo información acerca de sus necesidades de comunicación; así como los expertos de los medios de comunicación, con el fin de analizar tendencias periodísticas de momento. En este caso, se considera de mayor importancia para la investigación el trabajo con la comunidad específica, ya que realizar la investigación con el público en general supera las posibilidades y la delimitación de la presente investigación.

Además, se revisaron los contenidos de medios de comunicación o portales informativos tres costarricenses y tres extranjeros, durante el mes de marzo del 2022, con la intención de conocer y caracterizar las tendencias en diseño de contenidos periodísticos digitales en el tema cultural, entendiendo esto como los formatos que se suelen usar y cómo organizarlos en una nota periodística.

En el primer semestre del 2022, una vez revisados los resultados de la investigación se elaboró el proyecto de creación de la sección de noticias literarias en el cual se proponen temáticas periodísticas para contenidos de esta sección, así como los formatos que se puede utilizar, propuestas de estilo de los contenidos en las notas y diseño de publicaciones para generar piezas de comunicación modernas y llamativas, apoyadas por una propuesta en redes sociales.

Adicionalmente, como apoyo adicional al medio de comunicación, y velando por una mejor difusión de los contenidos que se vayan a producir eventualmente, se generan una serie de recomendaciones, más allá de lo meramente periodístico, acerca del posicionamiento en los motores de búsqueda, modelos de negocio aplicables y cómo las propuestas de estilo y formatos innovadores pueden llegar a nuevas audiencias.

1.3.2 Pregunta de investigación

¿Cuáles son las necesidades de la comunidad literaria costarricense, en materia de participación en la agenda de publicaciones y divulgación de la información, que pueden encontrar respuesta en las tendencias modernas del periodismo cultural en una sección web de periodismo de literatura en la Revista Sobrevuelo y sus respectivas redes sociales?

1.4 Objetivos de investigación

Los objetivos aquí planteados ayudan a delimitar la investigación previa para la realización del objetivo principal que es la creación de una sección de noticias de literatura de la Revista Sobrevuelo; la información que se requiere de las necesidades de la comunidad literaria, así como el estudio de las tendencias de producción periodística cultural en Costa Rica y otros países cuyos medios de comunicación fueron seleccionados para este estudio como son el caso de revistas digitales en Colombia, Chile y España, que cuentan con medios de comunicación que son actualizados de forma frecuente y que están activos al momento de la investigación, además aparecen entre los primeros resultados de búsqueda en Google. Estos países también fueron seleccionados porque son algunos de los que más aportaron en los textos consultados para el Marco Teórico.

1.4.1 Objetivo general

Dar respuesta a necesidades y expectativas de la comunidad literaria costarricense por medio de la propuesta de una sección web de noticias de literatura para la Revista Sobrevuelo que incluya un plan de divulgación en redes sociales.

1.4.2 Objetivos específicos

1- Identificar las necesidades y expectativas de la comunidad literaria costarricense acerca de comunicación cultural en temas de literatura.

2- Caracterizar la oferta de información noticiosa sobre literatura en Costa Rica, en cuanto a estilos, formatos y tendencias, por medio del análisis de tres medios de comunicación y portales informativos nacionales.

3- Analizar tendencias actuales de diseño de contenidos en periodismo cultural de temas literarios en ambiente digital, por medio del análisis de tres medios de comunicación y portales informativos internacionales.

4- Diseñar una sección de noticias literarias que incluya subsecciones, propuestas de formatos periodísticos y organización de contenidos, para la Revista Sobrevuelo.

5- Proponer un plan de divulgación y promoción de la sección de noticias de literatura por medio del uso de las redes sociales de la Revista Sobrevuelo.

Los objetivos específicos presentados permiten cumplir de forma integral con el objetivo general, de forma que se indagan los requerimientos de los principales involucrados, se determinan las principales características del diseño de contenidos periodísticos en medios culturales y, finalmente, se elabora una propuesta que se adecúe a las tendencias modernas del webperiodismo, en apoyo a la Comunidad Literaria Costarricense.

Capítulo 2. Contextualización

En el presente capítulo se desarrolla el estado de la cuestión. En esta sección se llevó a cabo la investigación de estudios existentes en Costa Rica y otros países, con respecto a periodismo cultural de literatura. Además, se incluye el marco situacional de la investigación, en el que se detallan aspectos institucionales de la organización beneficiada que son importantes de conocer para el desarrollo del proyecto. Finalmente, en el marco teórico de la investigación se desarrolla el abordaje teórico de los temas: teoría de Agenda-Setting, industrias culturales y periodismo cultural y digital.

2.1 Estado de la cuestión

En la presente sección se realiza un recorrido por una serie de investigaciones y trabajos académicos, que se recopilaron entre los meses de agosto y octubre del año 2020, que permiten visualizar la ruta de estudio en el tema del periodismo cultural de literatura, con la intención de analizar los antecedentes que apoyen la formulación del presente Trabajo Final de Graduación.

Se utilizaron distintos repositorios comenzando por el Sistema de Bibliotecas de la Universidad de Costa Rica (SIBDI), el Repositorio Kérwá, el Repositorio Institucional de la Universidad Estatal a Distancia y el Repositorio Nacional Kímuk del Consejo Nacional de Rectores. Así mismo se consultaron bases de datos internacionales como Scielo, Redalyc, Dialnet, Latindex, Google Académico y el repositorio centroamericano SIIDCA.

Por medio de la investigación bibliográfica se intentó localizar experiencias documentadas en Costa Rica acerca de la creación de medios digitales de periodismo cultural en la especialización de la literatura. Sin embargo, con la excepción de Mora (2017), Arias (2014) y Lizano (2008), la mayoría de estudios se realizaron en el campo del periodismo cultural, de forma general.

Se descubrió que el concepto de periodismo literario no necesariamente remite a la práctica periodística de cobertura de las actividades relacionadas con la producción literaria, entrevistas a los autores o reseñas de libros, entre otros; sino más bien al uso de herramientas de la literatura que permitan darle un sentido más narrativo o metafórico a un texto periodístico,

tal como lo explican Cortés y García (2012, p. 43), quienes indican que el uso de estas licencias literarias permiten a un texto periodístico la posibilidad de ser leído con una estética artística.

De modo que se amplió la temática de la investigación con frases y conceptos como “periodismo cultural”, “creación de medios de comunicación cultural”, “divulgación de la cultura”, “digitalización de medios de comunicación” y “periodismo especializado”. También se hizo una revisión de los siguientes temas: “estudios de audiencia de medios de comunicación culturales”, “estudios de caso de recepción de audiencias” y “consumo de medios de comunicación cultural”, de los cuales se obtuvo 22 referencias adecuadas para el desarrollo de los antecedentes de este proyecto.

Con respecto al origen de esos 22 estudios, se indica que 7 se publicaron en Costa Rica entre los años 2008 y 2017, 5 de ellos se realizaron con enfoque cualitativo, 1 con enfoque cuantitativo y uno mixto. Con respecto a los otros 15 estudios que se indican, se localizaron en Colombia (5), España (3), Ecuador (2), Chile (2), Argentina (1), Perú (1), e Inglaterra (1). De estas referencias 8 contaron con enfoques cualitativos, 3 con enfoques cuantitativos y 4 con enfoques mixtos y se publicaron entre los años 2012 y el 2019.

Las investigaciones revisadas nos permitieron descubrir los dos ejes principales de esta exploración: el primero trata acerca de la profesión del periodismo especializado en cultura y cómo ha afrontado el proceso de digitalización hacia los formatos web, y una segunda vertiente en la que repasamos estudios de audiencias de medios de comunicación, concluyendo con propuestas que han sido llevadas a cabo en Costa Rica y otros países.

2.1.1 De la tinta a los píxeles: el periodismo cultural y la digitalización de los medios

La cultura engloba muchos campos del quehacer humano, no solamente se trata de las manifestaciones artísticas conocidas como “bellas artes”, sino también de la huella que las sociedades han dejado a través de la historia. En este sentido el periodismo se convierte en un importante actor social de divulgación cultural, así concuerdan Jiménez (2015) y los autores Cruz y Rosero (2013) al indicar que los procesos periodísticos apoyan y se nutren de las representaciones sociales y culturales.

Jiménez (2015) habla de que la función de los periodistas culturales, por medio de las representaciones sociales vigentes, es crear identidad, ser motor de identidad y de

entretenimiento y estética (p.46), pero también acepta que “el campo de acción del periodista cultural es amplio y hasta confuso. El rango varía desde la cobertura de las bellas artes hasta el tratamiento de información patrimonial, de tradiciones y costumbres.” (p. 23). Así mismo los investigadores Arráez, Jensen y Pascual (2014) complementan estas afirmaciones acerca del papel del periodismo cultural, al explicar la importancia del periodismo cultural en su capacidad de potenciar la cultura en los diferentes contextos políticos sociales y económicos en los que se desarrolla.

Es entonces cuando se puede hablar de un periodismo especializado o información periodística especializada en temas culturales, así como lo hay en deportes, ciencia, noticias políticas o incluso sucesos. Esta rama del periodismo se ha nutrido de múltiples fuentes que pasan por la música, las artes plásticas y la literatura, que es nuestro campo de estudio. De la misma manera, los medios de comunicación han establecido secciones en sus medios y dedicado profesionales con sensibilidad para los campos del arte, para trabajar en estos temas específicos.

A su vez interesa destacar el periodismo cultural en temas de literatura, pues es el ámbito de acción de este proyecto, pero del cual no se conocen más estudios en Costa Rica que el propuesto por Mora (2017), en el cual se ahonda en la diferencia entre el periodismo que informa sobre literatura y el periodismo que se aprovecha de las características literarias para "generar gozo estético al narrar una historia" (p.21). La autora también señala que este desarrollo periodístico tuvo trascendencia en la formación de la sociedad costarricense.

Para Lizano (2008), las salas de redacción y los editores de las secciones culturales se encuentran con la dificultad de escoger entre publicaciones de cultura popular o de élite, y en muchas ocasiones resulta más importante la agenda de las informaciones nacionales, de sucesos o de entretenimiento, lo que provoca la disminución paulatina de los espacios culturales. Por su parte, Proaño y Resabala (2018), en el estudio que realizan en Ecuador, coinciden en que “dada la complejidad en el tratamiento del periodismo cultural, en los últimos años perdió importancia en los medios de comunicación masiva (radio, prensa escrita y televisión)” (p. 1).

A pesar del panorama, Lizano (2008, p. 29) plantea un concepto que es valioso para el presente proyecto y es el de “Periodismo Informativo Cultural” en el que se renuevan las características de la narrativa periodística en el campo de las artes y la literatura, para competir

con el ajetreado proceso de la agenda de los medios de comunicación, pues para el autor “parece no haber duda acerca de la importancia del periodismo en nuestra sociedad como modelador y creador de bienes culturales” (Lizano, 2008, p. 4).

Proaño y Resabala (2018) coinciden con Álvarez (2015) al estudiar el proceso de la digitalización de los medios de comunicación existentes gracias a la expansión de los formatos digitales, específicamente la hipertextualidad que brindan los sitios web. Los primeros investigadores encuentran en sus análisis que las plataformas virtuales y las redes sociales obligan al periodismo cultural a replantearse para ser menos estático y más variado (p. 26); mientras que el segundo autor concuerda en que se está haciendo un cambio paulatino de las secciones y las revistas periodísticas culturales hacia los formatos digitales, pero con cierto miedo a aprovecharse de las oportunidades que brindan los nuevos espacios de comunicación (Álvarez, 2015, p.61), pues no terminan de aprovechar todo su potencial.

Surge entonces el concepto del webperiodismo de Bianchi (2014) que se explica no solo por el uso de nuevas técnicas de redacción, de la arquitectura de la noticia o del uso del lenguaje (p.13), sino de toda la gama de posibilidades que conlleva el proceso de digitalización. Más allá de estos patrones, el webperiodismo cultural multimedia logra identidad en el uso de un lenguaje propio que nace de la convergencia de tradiciones distintas como son el periodismo narrativo, el documental, el fotoperiodismo, la entrevista en profundidad, con las herramientas que provee el lenguaje digital (p.57).

Dos estudios colombianos complementan las afirmaciones anteriores, en el sentido de que los contenidos periodísticos culturales se enfrentan al reto de captar la atención de las nuevas audiencias multimedia. Gaviria y Velásquez (2015 p.13) plantean, desde la teoría de las Industrias Culturales, que los periodistas culturales de medios digitales también tienen que someterse a las indicaciones de las salas de redacción de los medios y actuar de acuerdo a sus políticas de mercado, lo que ha generado que este tipo de productos comunicativos sean contenidos breves y poco reflexivos. Por su parte, Barrios et al. (2019) explican en el mismo sentido, que “se le da mayor importancia a la cantidad -en cuanto al número de consumidores y viralidad del producto- que a la calidad y al contenido de los mismos, lo que limita el abordaje del periodismo cultural a algo efímero y vacío” (p.35).

Finalmente, el único texto escrito en inglés del que se hace referencia, escrito por una investigadora portuguesa, asegura que “la cobertura cultural y el periodismo digital son

fenómenos que han sufrido muchas transformaciones en un corto período de tiempo” (Santos 2015, p.3) [traducción propia]. La investigadora explica que el impacto del periodismo digital está mediado por nuevos géneros que se nutren de la multimedialidad, hipertextualidad, convergencia e interactividad (p.59) y que convergen una mezcla de posibilidades y formatos. La autora hace énfasis en las nuevas habilidades de los periodistas digitales, siendo un ejemplo primordial el *storytelling*, un arte de contar historias -un oficio propio de la literatura-, apropiándose de contenidos multimedia para ser coherente con las características de las nuevas audiencias (p.87).

En resumen, el periodismo cultural ha servido de apoyo para el desarrollo de la sociedad, no solo en la promoción de las bellas artes sino en la generación de sentido de un pueblo, pero también se da una sinergia interesante, en el que el periodismo se apropia de herramientas de la literatura para embellecer su trabajo. La digitalización del periodismo en general afecta también al cultural, obligando a los profesionales a hacer un mejor uso de los formatos multimedia, que evolucionan con gran frecuencia, para ser más atractivos para los públicos que los consumen. De ahí la importancia de desarrollar una propuesta en la que se apoye a la comunidad literaria costarricense, desde un proyecto periodístico digital que se alimente de las tendencias más actuales del webperiodismo y el uso de las redes sociales.

2.1.2 El viaje de la creación: desde la comprensión de las audiencias a la propuesta de nuevos medios

Una segunda vertiente de investigación nos lleva a conocer acerca del proceso de creación de medios de comunicación cultural, pero antes de conocer las propuestas que se han realizado en Latinoamérica y Costa Rica es necesario hacer una revisión de algunos casos de análisis de audiencias o de recepción de medios, con el objetivo de comprender a cuáles públicos se enfrentan los medios de comunicación en la actualidad.

La investigación de Iglesias y González (2012) realizada en España, detalla que hasta ese momento los medios de comunicación predominantes eran la Internet y la televisión, siendo los temas de ocio y entretenimiento los favoritos entre los estudiantes universitarios en los que hace el estudio. En la misma época un estudio de Villaroel y Andrada (2012) engloba una serie de investigaciones de estudios de audiencia de medios de comunicación en México, Brasil, Colombia, Chile, Ecuador y Uruguay, coincidiendo con Iglesias y González (2012) en la

preponderancia que han ido ganando los medios digitales ante los tradicionales. En general, se puede deducir entonces que distintas investigaciones realizadas en países de Europa y América Latina concluyen en que efectivamente los medios digitales son ahora más importantes que los tradicionales.

Sin embargo, todavía los llamados medios tradicionales y en especial la televisión, continúan teniendo audiencias grandes que son objeto de investigaciones como sucede con otro estudio chileno acerca de los hábitos de consumo televisivo en niños, elaborado por Rodríguez, Núñez, y Astudillo (2017). Los autores utilizan la técnica de grupo focal y revelan en sus conclusiones que conforme los niños van creciendo en edad, también disminuyen el consumo de televisión y, aunque sigue siendo importante, no hay un control tan estricto de los padres, ni identificación de los niños con los personajes de los programas. Aunque este estudio no se refiere a medios de comunicación digital, coincide con los anteriores en el sentido de que los medios tradicionales han ido perdiendo audiencia ante los medios digitales.

También en Colombia se localizaron dos estudios de audiencias con enfoque cuantitativo con respecto al consumo mediático de jóvenes estudiantes universitarios, considerados en la generación de “nativos digitales”. Arias-Robles (2014) indica que “especialmente entre los jóvenes, los medios digitales desempeñan un papel esencial en el proceso de creación de la propia identidad, ya que conforman el trasfondo cultural de sus acciones y decisiones” (pp. 878-879). En este sentido se concluye que la confiabilidad en los medios informativos, entre las personas jóvenes, se da en la persona de los expertos y los periodistas conocidos y que la vía de entrada a los medios de comunicación sucede por medio de las redes sociales.

En la investigación realizada por Serna et al. (2018) se llega a una conclusión similar, pues hallaron que los adolescentes colombianos de entre 14 y 17 años también utilizan las redes sociales como principal fuente de consumo cultural, porque dan más importancia a los contenidos y medios que promuevan la interacción social digital, pues indican que las redes sociales brindan mayor satisfacción a este grupo etario, en concordancia con su etapa de desarrollo psicosocial (p. 37).

Dichos estudios anteriores nos ponen en perspectiva la forma de consumo de contenidos informativos y culturales en el caso específico de adolescentes y jóvenes, aunque este no es público meta principal de la sección propuesta, sí nos revelan las tendencias de uso

de los medios digitales y las redes sociales, en particular destacando que el primer contacto de los públicos con las informaciones noticiosas se da principalmente por medio de las redes sociales, que a la vez brindan la posibilidad de interacción.

Los autores ponen atención a una situación particular, que tiene relación con la posibilidad de las redes sociales y los medios digitales, por los cuales las personas usuarias tienen la potestad de ejercer el control sobre lo que ven y lo que desechan, esta característica es especialmente rescatable en las interacciones de los adolescentes con los medios de comunicación digital.

En Costa Rica, se consultó el trabajo académico de Araya (2009) en el que se exponen los resultados de un estudio de audiencia del programa radiofónico “Contrastes” de Radio U de la Universidad de Costa Rica, un medio cultural universitario cuyo público principal son los estudiantes universitarios, quienes tienen la posibilidad de participar en la producción de distintos espacios de la programación. El programa estudiado presentaba contenidos variados de apoyo a los estudiantes que ingresaban a estudiar en el Alma Máter. Araya menciona herramientas de estudio como grupos focales para la validación de contenidos del programa, y diagnósticos de necesidades de información para estudiantes de universidad y secundaria (p.40) que permitieron análisis de audiencia de productos comunicativos en particular, y señala la importancia de realizar estos análisis para entonces poder orientar las estrategias de producción hacia los públicos particulares.

Una vez repasado el panorama del consumo de los medios de comunicación y algunas de las estrategias para abordarlo, se revisaron diversos textos académicos acerca de la creación de medios de comunicación cultural, 4 son estudios específicos de propuestas para la creación de medios culturales, así como una investigación enfocada al modelo de negocio de nuevos medios digitales, en la especialidad de periodismo cultural.

Las investigaciones de Chaman (2017) y Méndez, Peñaranda y Rojas (2018) se ubican en medios culturales de Perú y Colombia respectivamente. El primero hace una propuesta de digitalización para la revista cultural “Variedades”, propiedad de un importante periódico peruano y encuentra que, a pesar de tener un gran potencial periodístico, hay gran reticencia de los editores y reporteros del medio por participar en los formatos digitales (p.114). En el caso del proyecto colombiano, luego de hacer grupos focales, encuestas y entrevistas,

determinan que la mejor propuesta para divulgar la cultura de la ciudad de Cartagena, es crear una revista digital con diferentes formatos que atraigan al público joven.

En Costa Rica, se encontraron las propuestas de Arias (2014) y Montero (2016) que presentan soluciones similares para la creación de medios radiofónicos para el sector cultural. Ambas autoras exploran las necesidades y características de la comunidad cultural, así como las posibilidades de la institución beneficiada con el proyecto, logrando plantear una radio digital para la Casa de Artes Literarias Carmen Naranjo (Arias, 2014), adecuada a las capacidades técnicas de la institución; y una radio revista cultural para el Ministerio de Cultura (Montero, 2016) de acuerdo con las necesidades de comunicación externa de esta cartera y la importancia de la transmisión oral de las costumbres en las comunidades meta.

Finalmente, Báez (2013) analiza 3 medios de comunicación cultural del país (ArtStudio Magazine, CulturaCR.net y RedCultura.com de los cuales solo el segundo existe y es también sujeto de investigación del presente trabajo), para poder extrapolar un modelo de negocio que permita asegurar la rentabilidad de los proyectos de comunicación cultural. En este sentido trabaja desde la teoría de las industrias culturales, considerando el sector de la comunicación cultural como “productivo, atractivo y relevante” (pp.13-14). La rentabilidad de los negocios de comunicación digital puede ser una limitante en el desarrollo y sostenibilidad de los mismos, y en algunas ocasiones ha generado que los medios tengan que cambiar su temática principal (cultura) por otra (nacionales) para poder subsistir, como lo hizo CulturaCR que está en funcionamiento al momento en que se realizó este trabajo..

En resumen, las investigaciones en varios países y grupos de edad determinan que las audiencias en la actualidad prefieren los medios digitales, por encima de otros medios tradicionales como la radio, la prensa escrita o la televisión; sin embargo, estos mantienen la importancia, pues todavía son consumidos por parte de la población. Se destaca que las redes sociales son el principal canal para que las personas accedan a la información que se encuentra en medios digitales, muchas veces sin visitar el sitio del propio medio de comunicación. Además, se encontró que, en atención al auge de la digitalización de los medios, es que se han elaborado distintas propuestas de creación de medios periodísticos de contenidos culturales, por ejemplo revistas digitales, secciones de periódicos impresos que pasan a la web y radio digital.

2.2 Marco situacional

En la presente sección se hace un repaso del medio de comunicación Revista Sobrevuelo, que es el depositario de las propuestas que se realizan en el presente proyecto, como respuesta a las necesidades planteadas por la Comunidad Literaria Costarricense, en función de poner en contexto el trabajo que este realiza en la actualidad, su alcance y sus limitaciones, así como las posibilidades que tiene para llevar a cabo las propuestas.

2.2.1 Editorial Sobrevuelo

La Editorial Sobrevuelo fue creada en el 2012 por que periodista Eduardo Antonio Bolaños Vargas, sustentante de este TFG de licenciatura, con la intención de ofrecer el servicio editorial -revisión, diagramación y maquetación de libros- con la modalidad de impresión denominada “bajo demanda”, de forma que los autores que requirieran de este servicio pudieran tener ejemplares en papel, con calidad de editorial y con costos menores a los que se requieren con los modelos tradicionales de impresión digital.

Desde ese momento se ofreció un servicio que incluía revisión del texto, acompañamiento a los autores para el mejoramiento de los manuscritos originales, maquetación del libro, diseño de portada y contraportada e impresión por medio del sistema CreateSpace de Amazon, ahora llamada Kindle Direct Publishing, sin necesitar del servicio de terceros que hiciera impresión desde Costa Rica.

Es así como se logró la edición de 26 obras de distintos autores, incluyendo antologías de cuentos de autores nacionales propiciadas por la misma editorial, también algunos libros se llevaron al formato digital, a pedido de los autores, ofreciéndose en las bases de datos de Amazon a nivel mundial.

La marca Editorial Sobrevuelo está certificada en el Registro Público desde el 24 de noviembre del 2017, a nombre de Eduardo Antonio Bolaños Vargas, con el número de registro 267241, y se encuentra vigente hasta el 24 de noviembre del 2027. Sobre esa marca, como sombrilla de la actividad editorial, se encuentra amparada la Revista Sobrevuelo y sus redes sociales.

En el año 2019, con la introducción del Impuesto de Valor Agregado (IVA) y ante la crisis económica que experimentó el país por la incertidumbre fiscal, la Editorial Sobrevuelo dejó de brindar sus servicios de forma remunerada, es decir, ha dejado de funcionar como un negocio que facturaba con la modalidad de servicios profesionales, por lo que no se han editado más libros de forma lucrativa, como se indica en su sitio web actual en el blog <http://editorialsobrevuelo.blogspot.com/> espacio informativo que se mantiene vigente.

El impacto de la llegada del Impuesto de Valor Agregado (IVA) a la economía costarricense, la incertidumbre generada por su aplicación, en particular en emprendimientos, y la posterior crisis generada por la pandemia de COVID-19 obligaron a dejar sin funcionamiento a la Editorial como negocio. Esta situación se dio en particular porque la Editorial Sobrevuelo no era la principal actividad económica del sustentante, cuyo trabajo principal es con la Fundación Pro Zoológicos hasta el momento de la redacción de este trabajo.

Anteriormente se trabajó por medio de servicios profesionales, brindando el servicio de facturación de forma correspondiente a lo que solicitaba el Ministerio de Hacienda, pero con la implementación del IVA se generó un impuesto del 13% que tiene que cubrir el cliente, y que implicó un aumento general de los costos de la edición y de la impresión de los libros, así como su traslado desde Estados Unidos, donde se imprimían.

A la fecha de este estudio el modelo dejó de ser rentable, pues los costos de producción y el margen de ganancias al bajar precios y asumir costos más altos no va en concordancia con el tiempo y esfuerzo de trabajo, además implica una serie de trámites que hasta el momento la Editorial no está dispuesta a asumir.

2.2.2 Revista Sobrevuelo

La historia de la Revista digital Sobrevuelo es una iniciativa periodística del sustentante que se remonta en sus principios al año 2005 con la creación del sitio de noticias ciencia y tecnología “Umbralciencia” (www.umbralciencia.net), que en su momento recibió un reconocimiento del Ministerio de Ciencia y Tecnología en conjunto con RACSA, aunque se publicaron informaciones periodísticas de temas de ciencia, tecnología, ambiente, etc., dejó de recibir actualizaciones cerca del año 2008, por razones personales y por no tener un modelo de financiamiento adecuado que le permitiera sobrevivir en el tiempo. El sitio ya no existe y no se puede localizar en los buscadores web, no contaba con presencia en redes sociales.

Fue en el años del 2018 que el sustentante decidió retomar la iniciativa con el mismo nombre de Umbralciencia; pero se tuvo que cambiar el nombre a TecnoCiencia, debido a que anteriormente se había creado el programa “Umbrales” de la Universidad Estatal a Distancia, con temas similares.

Entre el 2018 y principios del 2021 TecnoCiencia (www.tecnocienciacr.com) publicó cerca de 100 artículos, se llegó a contar con más de 10 mil visitas y estableció redes sociales en Facebook y Twitter. Entre sus temáticas principales se encontraban artículos de ciencia, tecnología, ambiente, prensa institucional, agenda de actividades y noticias internacionales. No se contaba con una modalidad de negocio que le permitiera obtener ganancias, pero no era la fuente de ingresos del sustentante.

A inicios del 2021, ya avanzada la pandemia de COVID-19 inició el proyecto de convertir TecnoCiencia en un medio de comunicación que incorporara otras temáticas que podrían ser atractivas para un público más amplio. Es así como se desarrolló el concepto de revista digital, utilizando además la marca Sobrevuelo. De modo que se incorporó la temática de arte y cultura, turismo, fotografía y gastronomía, salud e innovación y agenda de actividades.

Al momento de la presentación de este trabajo la Revista Sobrevuelo se encuentra en línea por medio de la URL www.revistasobrevuelo.com y ha implementado también entre sus redes sociales el Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, Pinterest y un canal en Telegram, adquiriendo más seguidores. Al 18 de octubre del 2022 cuenta con 530 publicaciones realizadas y más de 63 mil visitas efectivas en su sitio web.

2.3 Marco teórico

La propuesta de creación de una sección periodística de literatura pasa por el estudio de las principales teorías y conceptos explorados en las investigaciones referenciadas en el Estado de la Cuestión. En ellas los autores se refirieron en varias ocasiones a la Teoría de las Industrias Culturales, en la que se consideran los contenidos noticiosos como parte de un proceso de mercantilización de la información; y también la Teoría de la Agenda-Setting en la que se ha estudiado la influencia de los medios de comunicación en establecer temas que se conviertan en importantes para las audiencias, ahora muy cuestionada por la fuerza que toman las redes sociales. Además de ahondar en las perspectivas anteriores, se considera

fundamental trabajar el concepto del periodismo cultural y del periodismo electrónico, temáticas que están directamente relacionadas con el tema propuesto.

2.3.1 Las Industrias culturales y la producción periodística

Por medio del estudio de la teoría de las Industrias Culturales podemos abordar una de las temáticas principales de este proyecto, que es la cultura como un producto en los medios de comunicación de masas, así como la importancia que reviste en la época de los medios digitales.

Esta teoría data de la década de 1940 en la que los filósofos Theodor Adorno y Max Horkheimer plantearon la explicación de cómo se producen los procesos de transmisión de la cultura a través del principio de mercantilización, brindando un carácter industrial a la producción de la cultura (Ruano, 2007, p.2). Santos (2015) resume las ideas de los pensadores indicando que “En su opinión, desde que la cultura se volvió reproducible e industrializable, no se puede considerar más cultura sino industria cultural” (p.14, traducción propia).

Ruano (2007) explica que las industrias culturales tuvieron su origen en los países económicamente más avanzados, en sectores como el cine, la radio, la televisión, las empresas discográficas, el sector editorial y la publicidad (p.2). Santos (2015) completa esta lista incluyendo otros sectores considerados por la UNESCO como la tecnología audiovisual, los electrónicos, los juegos de video e incluso temas como el diseño, la arquitectura, las artes visuales, la moda, los deportes y el turismo cultural (p.22).

Con la Teoría de las Industrias Culturales podemos comprender el arte, como parte de la cultura de una sociedad, dentro de las salas de redacción de los medios de comunicación, donde se elabora de manera informativa en distintos formatos, pero que a su vez es un contenido que se encuentra inmerso dentro de las políticas del medio de comunicación que toma decisiones de acuerdo a sus necesidades como empresa (Gaviria y Velásquez, 2015, p.13).

Se trata de una empresa porque según indican Gaviria y Velásquez (2015), es necesario que la organización que produce los contenidos también tenga capacidad de producir capital o ingresos económicos, como parte de su oficio. Son entidades con ánimo de lucro (p.36). Como explica Bianchi (2014) se genera un cambio cultural que convierte a los públicos en consumidores de este proceso industrial de la comunicación (p.16).

Pero a través del tiempo la teoría ha tenido que adaptarse también para comprender los nuevos cambios en el sector de la comunicación y la cultura, favorecido por las tecnologías digitales. A modo de ejemplo, lo que antes estaba limitado a una entrevista en texto para un periódico con algunas fotos, ahora se encuentra potenciado por toda la producción multimedia de la web. Ruano (2007) indica que se han generado condiciones que han cambiado las industrias culturales en la actualidad; la autora se refiere a grandes mutaciones tecnológicas y productivas, fusiones de gigantes mundiales de la comunicación, y todo tipo de contenidos capaces de ser integrados en distintos canales de comercialización (p.6). De esta manera también se ha podido dar cobertura a iniciativas artísticas que anteriormente no recibían atención de la prensa tradicional, pero que sí son objeto de interés de los nuevos medios alternativos digitales.

De esta forma podemos extrapolar, a nuestra realidad en particular, que los contenidos informativos culturales generados en nuestro país, también obedecen a una lógica industrial de los medios de comunicación, que son empresas, y que determinan su pertinencia de acuerdo a las posibilidades de comercialización que tengan estos contenidos. El sector cultural literario tiene un afán de lucro desde los autores independientes hasta las grandes editoriales, por lo que también tienen interés en recibir cobertura por parte de los medios de comunicación para generar más ventas de sus obras.

2.3.2 La Agenda-Setting y los contenidos culturales

Otra de las teorías que revistieron interés en los estudios citados en el Estado de la Cuestión y que está muy relacionada con la anteriormente citada de Industrias Culturales, es la Agenda-Setting o fijación de la agenda informativa en los medios de comunicación. Esta plantea que la selección de las noticias, por parte de los medios, predetermina la importancia que los públicos asignan a los temas (Aruguete, 2017, p.38).

Este concepto fue desarrollado en sus inicios por los autores McCombs y Shaw, como un estudio del poder de los medios de comunicación para fijar una agenda, en el contexto particular de una campaña electoral en Estados Unidos (Carazo, 2020, p.37).

En un principio, esta teoría propone que: “Un hecho se convierte en un tema cuando su nivel de importancia le permite tener un lugar en la agenda, definida como un conjunto de cuestiones comunicadas en función de una determinada jerarquía” (Aruguete, 2009, p.13).

Por lo tanto, la Agenda-Setting se ha desarrollado en tres niveles distintos a lo largo del tiempo (Carazo, 2020), de los cuales el primero corresponde a la conceptualización más básica del tema, es decir, que los temas que proponen los medios de comunicación son importantes (p.38). Un segundo nivel establece que los medios pueden ejercer influencia en el cómo pensamos sobre los temas que proponen (p.39). Y un tercer nivel, con menor exploración, incorpora la influencia de las redes sociales como parte de los efectos de fijación de la agenda (p.41).

En este sentido, se ha producido un debate importante, en el que se plantea la posibilidad de que la fijación de los temas de la agenda ya no necesariamente está en poder de los medios de comunicación y sus intereses editoriales -y comerciales-, sino que ahora pasa por lo que Carazo (2020) llama una “audiencia activa” que ejerce presión contra una agenda noticiosa fragmentada, conflicto que parece estar neutralizando la influencia de los medios tradicionales (p. 66).

La lógica de las redes sociales en la vida cotidiana se entiende como algo que hemos asumido con toda normalidad pasando de lo digital a lo “offline” con naturalidad, y eso ha cambiado de forma drástica las prácticas de consumo de la información (Carazo, 2020, p. 62).

En nuestro caso en particular, esta teoría aborda directamente nuestro problema de investigación, en el que se expone que cada vez hay menos medios de comunicación que incluyan la temática cultural (y todavía menos en los temas literarios) dentro de sus agendas. Esto implica que la comunidad literaria tiene reducidos espacios periodísticos en los cuales exponer sus trabajos, por lo que se han refugiado en las redes sociales como su propio canal de comunicación, apostando a la comunicación directa con sus públicos meta.

En síntesis, la agenda de los medios de comunicación podría no tener ya tanta influencia en el establecimiento de los temas de importancia en el público general. Este es un tema no resuelto porque todavía se discute la forma en que las personas buscan y consumen información a través de las redes sociales, independientemente de los contenidos que propongan los medios de comunicación. Sin embargo, desde otro punto de vista, el acceso de la comunidad literaria costarricense a los grandes medios de comunicación podría estarse viendo limitado porque los dueños y editores de los medios siguen estableciendo sus agendas de acuerdo a los intereses comerciales de sus empresas, y el tema de cultura no parece ser

prioritario, según se observa en la disminución del espacio dedicado a este aspecto en los medios previamente observados.

2.3.3 El periodismo cultural y la literatura

Una de las ramas del periodismo que han formado parte de la agenda de los medios es el tema de la cultura. Los medios tradicionales han incorporado secciones culturales en los periódicos impresos, la radio y la televisión. En la actualidad también los medios que son nativos digitales incorporan secciones culturales dentro de su programación, aunque en algunos casos son sustituidas por secciones de entretenimiento o de farándula.

Los diferentes formatos del periodismo enriquecen la información cultural y proporcionan gran variedad de formas de presentar la información. “En este sentido, la cultura, en orden de ser democratizada, difundida y representada a través de los medios masivos de comunicación, es susceptible de ser adaptada a las diferentes formas narrativas que desde el periodismo se proponen” (Barrios et al., 2019, p.33).

En el campo del periodismo cultural podemos encontrar la comunicación de manifestaciones de las bellas artes como la música, la literatura, el cine, la pintura así como la cultura popular que es la vertiente que aglomera aspectos como la tradición oral, las artesanías, rituales, etc. (Barrios et al., 2019, p. 25).

Arráez, Jensen y Pascual (2014) se refieren a la importancia del periodismo en la difusión de la cultura:

El periodismo cultural ejerce un papel relevante en la difusión y divulgación tanto de la literatura como del cine, en la divulgación y potenciación de cultura, ya sea a través de lecturas literarias o por medio de la contemplación de trabajos cinematográficos, o mediante su contextualización social, política, económica, etc. y la de sus creadores. (p. 50).

Lizano (2008) explica que el quehacer periodístico cultural sigue el mismo proceso del resto de los temas; es decir, los periodistas utilizan herramientas como las conferencias de prensa, comunicados, entrevistas u otros acontecimientos para elaborar los productos comunicativos, en formatos como el informativo, de opinión, crítica o creación (p. 21).

Es importante indicar que hay diferencia entre el nuevo periodismo que utiliza elementos de la literatura para la producción narrativa (que se han utilizado en distintas temáticas desde los grandes reportajes de política, las historias de vida y el deporte), y el periodismo que abarca la temática cultural, que no necesariamente se apropia siempre de esas licencias. Para ejemplificar esta afirmación, es frecuente encontrar narraciones de asesinatos o fugas de reos en las que el periodista hace gala de recursos narrativos para explicar lo sucedido, mientras que la cobertura de una exposición de pinturas en una galería en ocasiones es una nota meramente informativa con datos secos de la exposición y la visita a la misma, con alguna escueta información del artista.

El periodismo y la literatura tienen una relación muy cercana, para Cortés y García (2012) la literatura permite que el periodismo traspase sus límites convencionales, presentando emociones y una dimensión estética para lograr que un producto comunicativo se pueda leer como un cuento o una novela (p.43).

Este concepto de Periodismo Cultural, ya sea informativo, o bien apropiado de las herramientas literarias, es fundamental en el desarrollo de este proyecto, pues ayuda a conceptualizar los materiales comunicativos en los diferentes formatos periodísticos, así como las licencias artísticas que se pueden utilizar para hacer de las piezas periodísticas productos comunicativos modernos y atractivos, coherentes con la estética del tema que tratan.

El periodismo electrónico o digital, que también se puede conocer como webperiodismo, por el uso de los recursos multimedia que son propios de esta tecnología, es una modalidad que comprende los medios de comunicación que utilizan los recursos de internet para transmitir la información, puede ser por medio de sitios web donde se vierte la información de otros formatos tradicionales, sitios web con contenido exclusivo de los medios de comunicación, o bien plataformas como las redes sociales (Facebook o Twitter), servicios multimedia (YouTube, SoundCloud, Podcasts) y mensajerías (Whatsapp, Telegram).

La base de la comunicación digital es la hipertextualidad, es decir que los contenidos que se encuentran en las páginas web obedecen a una serie de vínculos (videos, fotografías, sonidos, enlaces) que se encuentran en el código de la página y que a la vista del usuario son parte de una misma producción, como podría ser un reportaje con varias fotografías, el audio de una entrevista, un video en YouTube.

Según Arias (2014), el concepto de la hipertextualidad permite que la narrativa que se le propone al receptor no sea estática, el usuario tiene la capacidad de hacer recorridos no secuenciales por la información que se le ofrece de acuerdo a sus preferencias (pp. 43-44).

También Proaño (2018) destaca algunos de los principales retos de la digitalización del periodismo, por ejemplo menciona que la inmediatez, la brevedad y la apertura en el tratamiento de la información y la manera de producir los contenidos digitales ponen en riesgo la calidad y la veracidad de la información (p. 60).

Esta situación debe ser cuidadosamente abordada desde las buenas prácticas periodísticas, pues se pueden aprovechar las oportunidades multimedia para enriquecer el contenido periodístico, sin afectar la veracidad y la calidad de la información, esto es particularmente posible en el tema cultural que usualmente no requiere trabajar con inmediatez, sino que se privilegia la estética y el buen uso de la narrativa.

Además, el periodismo profesional debe cumplir con otras funciones que también pueden darse en la información cultural de literatura, como lo son la capacidad de contrastar fuentes, revelar lo oculto, proyectar situaciones, contar antecedentes, y dar participación a voces diversas que no siempre son tomadas en cuenta.

Capítulo 3. Marco metodológico

El presente capítulo detallan aspectos importantes de la investigación, desde su concepción básica, hasta el desarrollo de las categorías que permiten obtener los instrumentos para la recopilación y análisis de la información.

En este sentido, se trata de una investigación con enfoque cualitativo, con un alcance descriptivo, que tiene como población de investigación la Comunidad Literaria Costarricense. Las fuentes de información primarias son directores de las secciones de cultura de medios nacionales escogidos y miembros de la comunidad literaria mencionada; y como fuentes secundarias el corpus documental de noticias seleccionadas.

Por medio del análisis de entrevistas, cuestionarios y matrices de análisis se logró conocer y describir las características más importantes para el desarrollo y planteamiento del proyecto.

3.1 Enfoque de investigación

Esta investigación se desarrollará con un enfoque cualitativo, que permita el análisis y la interpretación de la situación particular que enfrenta la comunidad literaria costarricense en términos de comunicación, para lograr una propuesta de apoyo que resulte en la propuesta de desarrollo de una sección de noticias de literatura, en este caso, para la Revista Sobrevuelo.

De acuerdo a Hernández, Fernández, y Baptista (2014) “la investigación cualitativa se fundamenta en una perspectiva interpretativa centrada en el entendimiento del significado de las acciones de los seres vivos, sobre todo de los humanos y las instituciones” (p.9). Es decir, que la investigación de enfoque interpretativo tiene como principal orientación la exploración, la descripción y el entendimiento de las experiencias específicas de la población a estudiar.

En resumen, se seleccionó este enfoque interpretativo de la investigación cualitativa, con el objetivo de ahondar en necesidades y requerimientos de una población estudiada, que es la comunidad literaria costarricense, en materia de acceso a los medios de comunicación, a la vez que se exploran tendencias modernas del periodismo cultural para poder sustentar el proyecto propuesto.

3.2. Alcance de la investigación

El alcance de la investigación cualitativa puede ser exploratorio y descriptivo, para esta investigación y, de acuerdo con las herramientas metodológicas y los análisis realizados, se optó por el alcance descriptivo.

Se propone un alcance descriptivo, pues de acuerdo con Bernal (2010) la investigación descriptiva permite narrar, reseñar, identificar características del objeto de estudio, a pesar de que deja de lado las explicaciones o razones de las situaciones estudiadas, (p.113). Hernández, Fernández, y Baptista (2014) explican que “con los estudios descriptivos se busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de las personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis” (p. 92).

De acuerdo con las descripciones de los autores mencionados, el alcance descriptivo permitirá detallar las características y necesidades de la comunidad literaria costarricense y gestores de cultura, logrando así un análisis amplio que facilite la elaboración del proyecto con apoyo de la información obtenida.

3.3 Población, muestras y fuentes de información

Para el presente estudio se determinó que la población por investigar corresponde a lo que hemos denominado “Comunidad Literaria Costarricense” que incluye personas que trabajen en la autoría, edición, producción, ilustración y promoción de las obras literarias.

Según se indicó anteriormente, la comunicación de la Comunidad Literaria Costarricense se da por medio de la participación en grupos de Facebook que se llaman Escritores de Costa Rica, Escritores Independientes y Club de Lectores y Escritores de Costa Rica, sumando entre todos aproximadamente 3870 miembros a octubre del 2020, con la salvedad de que es muy probable que muchos de los miembros participen en varios de los grupos.

Como fuentes de información se consideran los directores de las secciones de cultura de tres medios de comunicación costarricenses, así como el análisis de publicaciones de los medios de comunicación seleccionados para el análisis de tendencias de género y diseño de noticias culturales de literatura.

Las fuentes de información primaria corresponden a las entrevistas de quienes dirigen las secciones de cultura de los medios de comunicación costarricenses seleccionados, así como los cuestionarios digitales a participantes voluntarios, miembros de la comunidad literaria costarricense en Facebook. Como fuente de información secundaria se tomó en cuenta el análisis de 6 medios de comunicación o portales informativos, tres de ellos nacionales y tres internacionales que permitirán establecer la caracterización de la oferta en Costa Rica y las tendencias del momento. Los medios costarricenses se seleccionaron por contar con un sitio web activo y gratuito que permita la revisión de los artículos, y además contar con secciones culturales establecidas y publicación de información sobre literatura. En el caso de los medios internacionales también poseen sitio web activo y gratuito, son medios exclusivamente de información cultural y publican contenidos sobre literatura.

En esta selección participan el Semanario Universidad, que tiene amplias secciones dedicadas a la cultura y la literatura, cuenta con amplia tradición en información cultural (<https://semanariouniversidad.com/cultura/>, editora de la sección Ana Beatriz Fernández); la nueva revista digital de literatura de la Cámara del Libro “Lectomanía” (<https://lectomania.net/>, dirigida por Óscar Castillo Rojas), único medio especializado en contenidos de literatura en el país, y el sitio web “CulturaCr” que no es exclusivo de información cultural pero tiene una cobertura constante del tema y de las artes literarias (<https://www.culturacr.net>, director Geovanny Jiménez S.). En un primera propuesta se tomó en consideración la revista Ícaro (<http://www.revistaikaro.com>, director Adrián Montenegro), pero en el momento de realizar el estudio no se encontraba activa ni se pudo localizar al director. En tanto a las revistas digitales latinoamericanas Bacanika de Colombia (<https://www.bacanika.com>) y Arte al Límite, de Chile (<https://www.arteallimite.com/>), que se dedica también de forma exclusiva a la cobertura cultural; finalmente se tomará en cuenta la revista digital española CoolT (<https://www.coolt.com/>), también con contenidos culturales exclusivos. Las fuentes nacionales se seleccionaron por ser algunas de las pocas en las que se identificaron secciones culturales con presencia de información de literatura. En el caso de los medios de comunicación internacionales su selección se dio basada en los trabajos de consulta para la sección del marco teórico, donde las investigaciones colombianas, chilenas y españolas destacaron en cantidad y trascendencia, por tal razón se buscaron medios de comunicación digitales de estos

países. Por medio de la búsqueda en Google se logró ubicar los medios de comunicación más activos en el momento del estudio.

Las muestras de investigación correspondientes al cuestionario de participantes voluntarios fueron no probabilísticas. Participaron 29 personas. La muestra corresponde a lo que Pimienta (2000) considera un muestreo casual o fortuito, que se utiliza como muestra no probabilística en diferentes áreas de la investigación y que está integrada por voluntarios o unidades muestrales que se obtienen de forma casual (p. 265), como es el caso de los voluntarios que se esperan participen del cuestionario en los diferentes grupos de Facebook.

La muestra del corpus documental de publicaciones de los medios de comunicación seleccionados se da con la observación y análisis de las 10 publicaciones más recientes específicamente del tema de literatura, en cada uno de los medios seleccionados, en total 30 publicaciones nacionales y 30 internacionales. Estas publicaciones incluyen notas informativas, entrevistas, reportajes, crónicas y otros formatos según aparecieron en el período de tiempo de la recolección de datos, pues esa información ayuda a descubrir las tendencias del momento en cuanto a géneros periodísticos.

3.4 Categorías de análisis de investigación

En las siguientes tablas se detallan las categorías de análisis correspondientes a la presente investigación cualitativa, de acuerdo a los objetivos planteados en los primeros avances del proyecto. Se incluye solamente la operacionalización de los objetivos específicos que conllevan acciones de investigación.

Tabla 1 - Categorías de análisis de objetivo específico 1.

Objetivo específico 1	1- Identificar las necesidades y expectativas de la comunidad literaria costarricense acerca de comunicación cultural en temas de literatura.			
Categoría	Conceptualización	Subcategorías	Operacionalización	Instrumentalización
Necesidades de comunidad literaria costarricense	Se entiende por comunidad literaria costarricense aquellas personas escritoras, editoras, y	Expectativas y requerimientos	-Conocimiento de las necesidades de comunicación de la comunidad literaria costarricense.	-Cuestionario a miembros de la comunidad literaria costarricense, sección de

	otros profesionales relacionados.			necesidades de comunicación.
		Literatura y comunicación como industria cultural	-Conocimiento de la producción nacional de libros como industria cultural.	-Cuestionario a miembros de la comunidad literaria costarricense, sección de producción de libros como industria cultural.
		Comunidad literaria y agenda de los medios de comunicación	-Conocimiento de las posibilidades de acceso de la comunidad literaria a los medios de comunicación tradicional o digital.	-Cuestionario a miembros de la comunidad literaria costarricense, sección de acceso a medios de comunicación.

Fuente: Elaboración propia, Eduardo Bolaños Vargas, 2020.

Tabla 2 - Categorías de análisis de objetivo específico 2.

Objetivo específico 2		Caracterizar la oferta de información noticiosa sobre literatura en Costa Rica, en cuanto a estilos, formatos y tendencias, por medio del análisis de tres medios de comunicación y portales nacionales.		
Categoría	Conceptualización	Subcategorías	Operacionalización	Instrumentalización
Información de noticias de literatura en Costa Rica	Este concepto se refiere a medios de comunicación y espacios periodísticos que ofrecen información acerca de literatura en el país.	El periodismo cultural como industria en Costa Rica	-Conocimiento de la producción de contenidos periodísticos como industria cultural.	-Entrevista a directores de la sección cultural de los medios de comunicación costarricenses seleccionados.
		Agenda cultural de los medios de comunicación en Costa Rica	-Conocimiento de la estrategia de agenda de temas culturales en medios de	-Entrevista a directores de la sección cultural de los medios de comunicación

			comunicación costarricenses.	costarricenses seleccionados.
		Géneros periodísticos (entrevista, reportaje, noticia informativa, opinión, reseña, etc.)	-Exploración de los géneros periodísticos utilizados en la prensa cultural de literatura en Costa Rica.	-Matriz de análisis de corpus documental de noticias de medios seleccionados, observación de géneros periodísticos de los artículos estudiados.
		Formatos y estilos periodísticos	-Exploración de los formatos periodísticos utilizados en la prensa cultural de literatura en Costa Rica.	-Matriz de análisis de corpus documental de noticias de medios seleccionados, análisis de formatos periodísticos.
		Redes sociales	-Exploración del uso de las redes sociales utilizadas en la prensa cultural de literatura en Costa Rica.	-Matriz de análisis de corpus documental de noticias de medios seleccionados, observación de uso de redes sociales, con respecto a los artículos seleccionados.

Fuente: Elaboración propia, Eduardo Bolaños Vargas, 2020.

Tabla 3 - Categorías de análisis de objetivo específico 3.

Objetivo específico 3	Analizar tendencias actuales de diseño de contenidos en periodismo cultural de temas literarios en ambiente digital, por medio del análisis de 3 medios de comunicación y portales internacionales.			
Categoría	Conceptualización	Subcategorías	Operacionalización	Instrumentalización
Tendencias del periodismo cultural en medios internacionales.	Por tendencias de periodismo cultural se entiende cuáles son los géneros periodísticos más utilizados (reportaje, crónica, entrevista, noticia, reseña), así como los formatos y herramientas multimedia (video, podcast, fotografía, etc.)	Géneros periodísticos	-Exploración de los géneros periodísticos utilizados en la prensa cultural de literatura internacional.	-Matriz de análisis de corpus documental de noticias de medios internacionales seleccionados, observación de géneros periodísticos de los artículos estudiados.
		Formatos periodísticos	-Exploración de los formatos periodísticos utilizados en la prensa cultural de literatura internacional.	-Matriz de análisis de corpus documental de noticias de medios seleccionados, análisis de formatos periodísticos.
		Redes sociales	-Exploración del uso de las redes sociales utilizadas en la prensa cultural de literatura internacional.	-Matriz de análisis de corpus documental de noticias de medios seleccionados, observación de uso de redes sociales, con respecto a los artículos seleccionados.

Fuente: Elaboración propia, Eduardo Bolaños Vargas, 2020.

3.5 Técnicas de recolección

Para obtener la información que permita tomar decisiones en la elaboración del proyecto se requieren de diversos instrumentos a confeccionar según las distintas fuentes de información seleccionadas.

Se realizaron entrevistas individuales estructuradas para los directores de la sección de cultura de los medios de comunicación nacionales, en total se llevaron a cabo 3 entrevistas. Para Sandoval (1996) la entrevista estructurada “se caracteriza por la preparación anticipada de un cuestionario guía que se sigue, en la mayoría de las ocasiones, de una forma estricta” (p. 144).

La entrevista para los directores de las secciones culturales de los medios de comunicación habló acerca del tema de las agendas culturales, géneros, formatos, estilos y uso de redes sociales en sus medios de comunicación y su relación con la comunidad literaria costarricense.

Además, se trabajó con un cuestionario autoadministrado voluntario y con una muestra no probabilística de 50 personas esperadas (aunque solamente se logró contar con 29 participaciones), que se distribuyó por medio de una plataforma digital *Google Forms* y que se hizo llegar a los participantes de los grupos de Facebook mencionados, con el objetivo de conocer las necesidades y expectativas de comunicación noticiosa de literatura de los participantes, además de su percepción de la industria nacional de producción de literatura en el país y el acceso de los miembros a los medios de comunicación cultural para apoyar sus producciones. Es importante indicar que algunas de las preguntas de este cuestionario fueron abiertas, con el fin de conocer, con más detalle, los intereses de quienes participan.

Finalmente, se elaboró una matriz de análisis de corpus documental de noticias para analizar los artículos seleccionados de medios costarricenses y los correspondientes artículos internacionales. En este sentido la matriz registró alguna información básica de los artículos seleccionados, el género periodístico utilizado, los formatos y herramientas multimedia en detalle y la utilización de las redes sociales en los artículos específicos. De la comparación de esta información se obtuvieron las tendencias que son el sustento para la propuesta del proyecto.

3.6 Resumen metodológico

Por medio de la tabla 6, se resume la propuesta metodológica del presente capítulo, así como las técnicas, instrumentos y fuentes de información.

Tabla 4 - Resumen de metodología propuesta.

Objetivos específicos	Técnicas propuestas	Instrumentos	Fuentes y sujetos de información
1- Identificar las necesidades y expectativas de la comunidad literaria costarricense acerca de comunicación cultural en temas de literatura.	Cuestionario digital ofrecido en los grupos de literatura costarricense.	Cuestionario voluntario autoadministrado, elaborado en plataformas digitales.	Miembros de la comunidad literaria costarricense, en grupos de Facebook.
2- Caracterizar la oferta de información noticiosa sobre literatura en Costa Rica, en cuanto a estilos, formatos y tendencias, por medio del análisis de tres medios de comunicación y portales informativos nacionales.	-Entrevistas individuales estructuradas, por medios digitales o presenciales. -Análisis de medios de comunicación nacional	-Cuestionario guía de entrevista estructurada. -Matriz de análisis de artículos seleccionados de medios de comunicación.	-Directores de secciones culturales de medios de comunicación seleccionados: Semanario Universidad, Lectomanía y CulturaCR.
3- Analizar tendencias actuales de diseño de contenidos en periodismo cultural de temas literarios en ambiente digital, por medio del análisis de tres medios de comunicación y	-Análisis de medios de comunicación internacional	-Matriz de análisis de artículos seleccionados de medios de comunicación.	-Revista digital Bakanika de Colombia, Revista Digital Arte al Límite de Chile y revista digital CoolT de España

portales informativos internacionales.			
4- Diseñar una sección de noticias literarias que incluya subsecciones, propuestas de formatos periodísticos y organización de contenidos, para la Revista Sobrevuelo.	<p>-Cuestionario digital ofrecido en los grupos de literatura costarricense.</p> <p>-Comparativa de resultados de medios de comunicación nacional e internacional.</p> <p>-Entrevistas individuales estructuradas</p>	<p>-Cuestionario voluntario autoadministrado, elaborado en plataformas digitales.</p> <p>-Comparación de resultados de la matriz de análisis de medios nacionales e internacionales.</p> <p>-Cuestionario guía de entrevista estructurada.</p>	<p>-Miembros de la comunidad literaria costarricense, en grupos de Facebook.</p> <p>-Medios de comunicación nacionales e internacionales seleccionados.</p> <p>-Directores de secciones culturales de medios de comunicación seleccionados.</p>
5- Proponer un plan de divulgación y promoción de la sección de noticias de literatura por medio del uso de las redes sociales de la Revista Sobrevuelo.	<p>El plan de divulgación se deriva del resultado del objetivo 4, con el diseño de la sección de periodismo de literatura, pero también se alimenta de las tres herramientas metodológicas: cuestionario de Facebook, entrevistas y análisis de textos.</p>	<p>-Cuestionario voluntario autoadministrado, elaborado en plataformas digitales.</p> <p>-Comparación de resultados de la matriz de análisis de medios nacionales e internacionales.</p> <p>-Cuestionario guía de entrevista estructurada.</p>	<p>-Miembros de la comunidad literaria costarricense, en grupos de Facebook.</p> <p>-Medios de comunicación nacionales e internacionales seleccionados.</p> <p>-Directores de secciones culturales de medios de comunicación seleccionados.</p>

Fuente: Elaboración propia, Eduardo Bolaños Vargas, 2020.

3.7 Procesamiento y análisis de datos

El procesamiento y análisis de la información requiere que se hayan elaborado y puesto en ejecución los instrumentos, de manera que se realizaron y validaron los instrumentos

requeridos (guías de entrevistas semi-estructuradas, cuestionarios digitales autoadministrados y matriz de análisis de corpus de noticias). Una vez validados se llevaron a cabo en los tiempos que se definieron en el cronograma.

De las entrevistas se extrajeron y sintetizaron los aspectos fundamentales en el tema institucional y también con respecto a los medios de comunicación estudiados. Del cuestionario se hizo un análisis de los principales aportes que den los participantes en cada uno de los temas planteados y que fueron tomados en cuenta para la propuesta final.

La revisión de las noticias de los medios de comunicación requirió completar la matriz de análisis para cada uno de los medios de los artículos, así se pudieron relacionar los resultados de los medios nacionales e internacionales, de tal manera que se extrapolaron las tendencias en cuanto a géneros y formatos periodísticos utilizados. Finalmente, con la información obtenida y los resultados descritos, se pudo elaborar la propuesta sección de noticias literarias en el espacio de Arte y Cultura de la Revista Sobrevuelo.

3.7.1 Plan de validación de los instrumentos metodológicos

Una vez que los instrumentos fueron revisados por el comité de apoyo y corregidos, se sometieron al proceso de validación que se realizó de la siguiente manera: los cuestionarios se elaboraron en formato digital en la plataforma seleccionada (*Google Forms*), y se sometió a la participación de 5 personas que participan en los mismos grupos de Facebook que se trabajaron en el análisis final. En esta validación se preguntó acerca de la pertinencia de las preguntas.

Con respecto a la entrevista semi-estructurada, se solicitó el apoyo de Mag. Eunice Báez, periodista y productora audiovisual graduada de la Universidad de Costa Rica y presidenta del Consejo Internacional de Museos (ICOM), al momento del estudio. Aunque no está directamente relacionada con los procesos editoriales, está en pleno contacto con el contexto cultural por lo que puede brindar un buen panorama acerca de la efectividad de la entrevista. Es importante destacar que su trabajo para obtener la Maestría en Administración de Proyectos de Comunicación en la Universidad Estatal a Distancia versó acerca de periodismo cultural y es citada en el presente trabajo.

Así mismo, la matriz para el análisis del corpus textual se solicitó el apoyo de estudiantes avanzados de la licenciatura en Comunicación Estratégica de la Escuela de Ciencias de la

Comunicación Colectiva, a quienes se les brindaron tres publicaciones de medios nacionales y tres publicaciones de los medios internacionales seleccionados para este TFG, las personas participantes tenían la posibilidad de escoger libremente 2 publicaciones para utilizar la herramienta, con lo cual se pudo obtener su valoración acerca de la utilidad y pertinencia de la misma, así como los posibles cambios. En esta validación participaron las estudiantes, María Fabiola Morales Murillo y Argerie Sánchez Mena.

3.7.2 Resultados de las validaciones

El proceso de validación de las herramientas metodológicas se llevó a cabo entre julio y agosto del año 2021, con la participación de las personas mencionadas anteriormente: cinco participantes de la comunidad literaria costarricense, una comunicadora experta para la validación de la entrevista semiestructurada y dos estudiantes avanzadas de licenciatura de Comunicación Colectiva para la revisión de la herramienta de la matriz de textos.

Con respecto al cuestionario para las comunidades en Facebook se determinó que es necesario simplificar varias preguntas, al realizar cambios en la opción de párrafo de texto o respuesta corta por selección única o múltiple con la intención de que sea más fácil el análisis de los resultados, a la vez que acorta el tiempo de ejecución de la encuesta.

En el caso de la entrevista, la persona experta consultada brindó una serie de recomendaciones acerca de la redacción de algunas preguntas (4, 7, 8 y 9) con el sentido de eliminar posibles sesgos de las preguntas, así como reducir a solo dos secciones el diseño de la entrevista.

La validación de la matriz de análisis de textos indica aspectos a tomar en cuenta como la organización de ciertas secciones de la tabla, para que mejorar el flujo de trabajo, así como aclarar términos del instrumento.

Todos los cambios que se indican en las validaciones se incorporan en las respectivas herramientas que se encuentran en los anexos 4, 5 y 6 del presente documento.

Capítulo 4: Resultados

En el presente capítulo se realiza el análisis de los resultados de las tres herramientas metodológicas planteadas en los capítulos anteriores, a la luz de las teorías estudiadas. Se trabaja primero sobre la información obtenida por el cuestionario que se ejecutó en redes sociales, en un segundo momento las entrevistas con los directores de los medios de comunicación culturales, y en tercer lugar los resultados del análisis de los textos publicados en medios de comunicación nacionales e internacionales. De tal forma se obtienen una serie de conclusiones, recomendaciones y tendencias que serán la base del proyecto final.

4.1 Cuestionario en redes sociales ¿Qué espera la comunidad?

Como se explicó en los capítulos anteriores, en particular en el capítulo 3: Metodologías de Investigación, la herramienta del cuestionario en los grupos de Facebook tiene como fin el descubrir las necesidades de comunicación cultural de lo que llamamos Comunidad Literaria Costarricense, para responder al primer objetivo de investigación.

Aunque se esperaba lograr cerca de 50 respuestas, debido a que los grupos son conformados por más de 3000 personas, solo se logró contar con 29 respuestas, en más de dos meses que estuvo disponible el formulario. Sin embargo, las respuestas son relevantes para la investigación y se contó con la participación de personas directamente involucradas y activas en la producción literaria costarricense. Los resultados completos de este cuestionario se pueden consultar descargando el archivo <https://www.dropbox.com/s/cbnxxga55ea3lav/FINAL%20-%20Propuesta%20de%20elaboraci%C3%B3n%20de%20una%20secci%C3%B3n%20web%20de%20noticias%20de%20literatura%20para%20la%20Revista%20Sobrevuelo%20%28Respuestas%29.numbers?dl=0>

El cuestionario completo se encuentra en el Anexo 4 del presente documento y cuenta con tres secciones en las que se busca, en primera instancia, obtener información básica del trabajo literario de los participantes; una segunda sección indaga acerca de la percepción del acceso e importancia de la información cultural en los medios de comunicación, y en la tercera

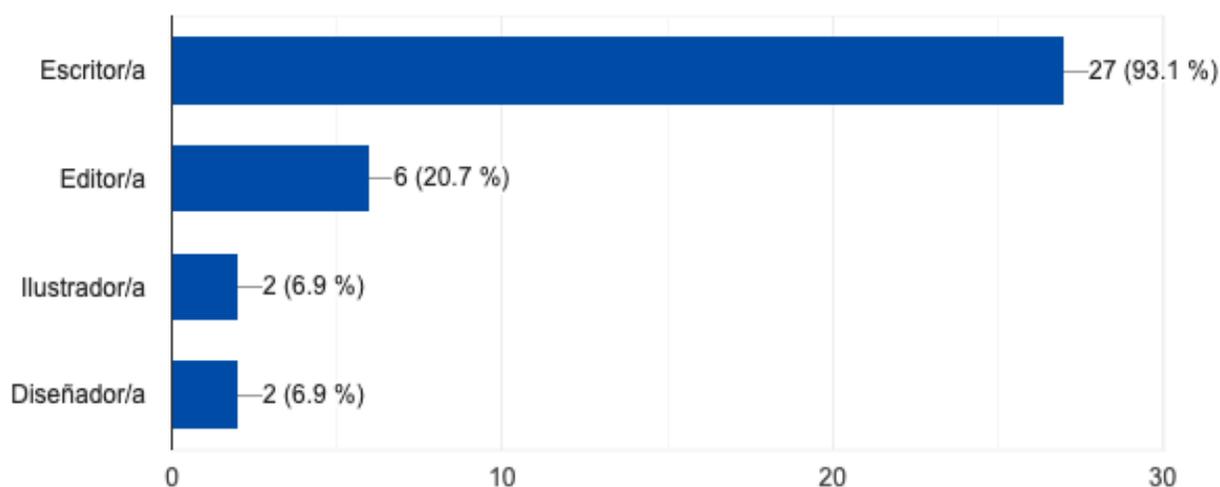
sección se busca contar con la opinión de cómo consideran que debería ser la comunicación de temas de literatura en los medios de comunicación y redes sociales en la actualidad.

A continuación procedemos al análisis de los resultados de este cuestionario, llegando a conclusiones para cada una de las secciones y, finalmente, otras conclusiones generales del uso de la herramienta.

4.1.1 Información de los participantes

Según se deriva de las respuestas que se brindaron por medio de la herramienta del cuestionario, y obviando la primera pregunta que era el nombre de las personas participantes (se puede consultar en el archivo compartido), procedemos a conocer la información básica de las personas que participaron voluntariamente en la investigación.

Figura 1 - Pregunta 2: tipo de producción literaria.

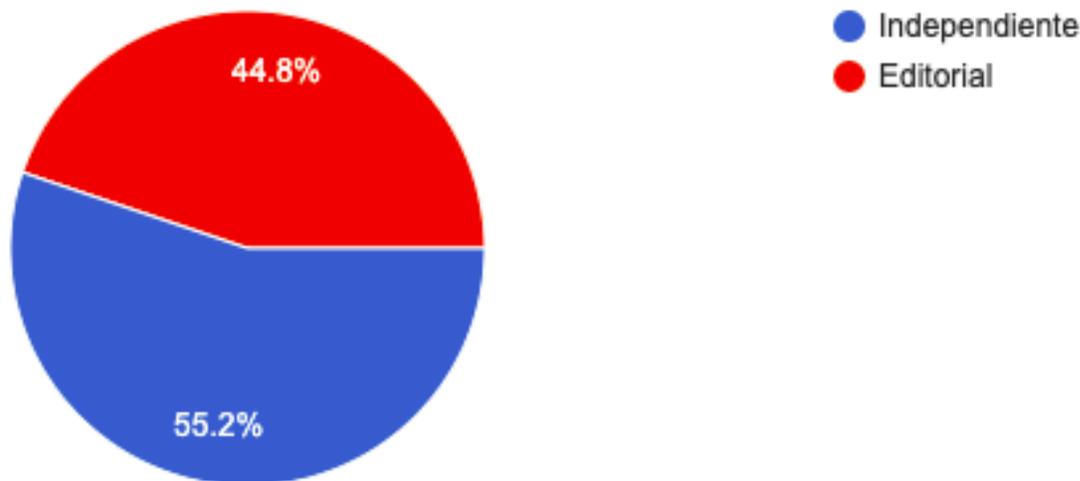


Fuente: Elaboración propia, Eduardo Bolaños Vargas, Marzo 2022.

En la Figura 1 se puede ver con claridad que las personas participantes en la herramienta son activos (o lo han sido en algún momento) de la producción literaria nacional, siendo predominante la participación de escritores con más del 93%, pero también se contó con la participación de 6 personas que trabajan en edición de libros, entre otros. De esta manera podemos esperar respuestas de las necesidades desde distintos puntos de vista y se cumple con lo esperado a la hora de definir la población de estudio en la sección 3.3.

Para corroborar que efectivamente se trataba de personas activas se solicitó el nombre de la más reciente obra elaborada, en la mayoría de los casos respondieron con nombres de obras o bien con un número, que en el caso de los editores corresponde a la cantidad de obras editadas. En la cuarta pregunta se identifica la relación que estos miembros de la comunidad tienen con respecto a las editoriales.

Figura 2 - Pregunta 4: relación con empresas editoriales.



Fuente: elaboración propia, Eduardo Bolaños Vargas, Marzo 2022.

Lo más interesante a destacar en la Figura 2 es que poco más de la mitad de los autores o los miembros de esta comunidad no realizan sus obras literarias a la sombra de una empresa editorial, sino que actúan de forma independiente. Eso quiere decir que escriben, editan, imprimen y distribuyen sus obras por sus propios medios. En ocasiones eso implica la impresión en una editorial grande, es decir, el servicio de los sistemas de impresión litográfica o digital, mas no el uso de la marca de la editorial como tal.

Esta información tiene relevancia para nuestro trabajo porque, cuando una producción literaria se hace al amparo de una editorial de la forma tradicional, la editorial no solo realiza el proceso hacia la impresión del material sino que organiza la distribución del mismo en las librerías y la presentación pública de la obra, con comunicados de prensa y actividades varias.

En este caso las personas autoras independientes tienen que asumir el reto de entrar en contacto con los medios de comunicación o bien recurrir a las redes sociales para promocionar sus obras, porque es más factible que la prensa otorgue más espacio, importancia y prioridad a las obras que provengan de editoriales reconocidas con quienes han tenido contacto. Podría darse la excepción con figuras literarias premiadas o destacadas que hagan sus publicaciones de forma independiente y que tengan acceso directo a la prensa.

4.1.2 La comunidad y los medios de comunicación

En la segunda parte del cuestionario se indaga con mayor profundidad acerca de la consideración de los participantes acerca de la importancia que se le brinda a la divulgación de las obras, y en general la información noticiosa de literatura, dentro de la agenda de los medios de comunicación. Con estas respuestas se puede estimar si para los miembros de la comunidad literaria tiene trascendencia contar con un medio especializado en el tema cultural o bien si esta comunicación para ellos ha dejado de tener importancia, debido a la popularización de las redes sociales.

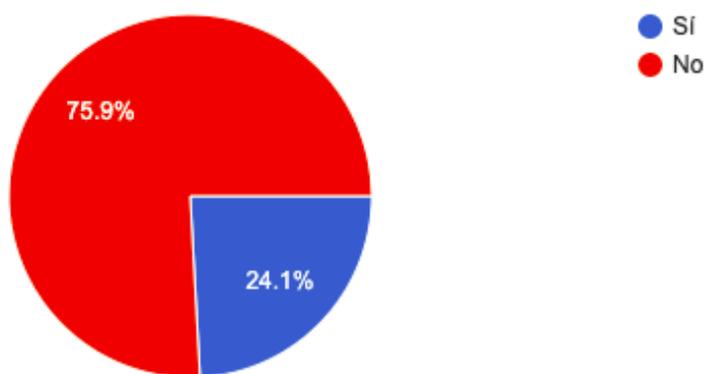
La pregunta número 5 de este cuestionario aborda el tema directamente cuestionando: “¿Considera usted que es importante que sus producciones literarias se publiquen en las secciones culturales medios de comunicación?”

La totalidad de las respuestas indica que sí le parece importante tener acceso a espacios de cultura en medios de comunicación. Esta pregunta se dejó abierta para esperar comentarios y algunos de los participantes escribieron que:

- “Sería bueno en secciones culturales o suplementos”
- “El lector necesita recomendaciones y el escritor necesita publicar la obra”
- “Hay muy pocos espacios culturales y poca igualdad para la difusión de los mensajes”.

Lo anteriormente escrito justifica los resultados de la pregunta 6, en la que se indagó acerca de si las personas que conforman la comunidad literaria tienen contacto con periodistas encargados de secciones culturales de los medios de comunicación.

Figura 3 - Pregunta 6: contactos con periodistas de medios de comunicación.



Fuente: elaboración propia, Eduardo Bolaños Vargas, Marzo 2022.

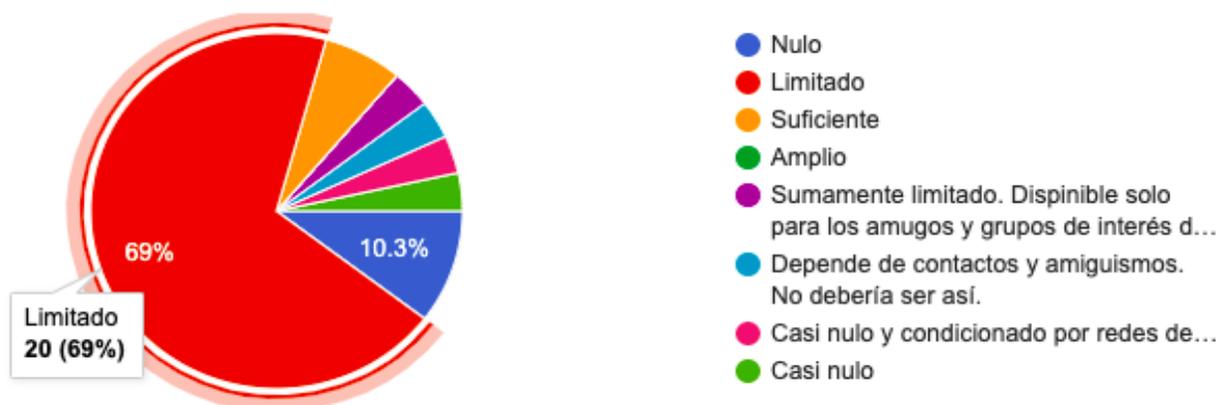
En la Figura 3 se puede notar que el 75,9% de las personas que participaron en el cuestionario carecen de contactos de prensa, es decir, hay una mayoría de personas que publican que son independientes como se vio en la sección 4.1.1, y en esta pregunta se demuestra que muchas de estas personas no tienen contactos en la prensa cultural, situación que llama la atención pues en el momento actual puede ser relativamente sencillo contactar periodistas a través de correo electrónico, redes sociales, actividades en las que participen y por los formularios de los propios medios de comunicación. Pero también es necesario indicar que quienes tienen los contactos de prensa son en su mayoría los encargados de las editoriales, y entre las personas que respondieron al cuestionario se cuenta con editores, diseñadores e ilustradores.

Se podrían obtener datos cruzados de estas preguntas para saber si efectivamente quienes dicen no tener el contacto con la prensa son los independientes, pero es un tema que está fuera del presente TFG, pues este es un estudio cualitativo en el que estamos explorando

necesidades de una población específica y lo que interesa saber es si las personas de la comunidad están interesadas en la divulgación de sus producciones culturales, o bien si tienen acceso a los medios de comunicación formales.

La séptima pregunta del cuestionario sondea la percepción de los participantes con respecto al espacio que los medios de comunicación dedican a los temas culturales en el momento del estudio. Es importante indicar que, en la jerga de comunicación, la terminología espacio se refiere no solo a la cantidad de páginas utilizadas sino también párrafos en una publicación digital, tiempo en video y radio, etc.

Figura 4 - Pregunta 7: espacio de informaciones culturales en medios de comunicación.



Fuente: elaboración propia, Eduardo Bolaños Vargas, Marzo 2022.

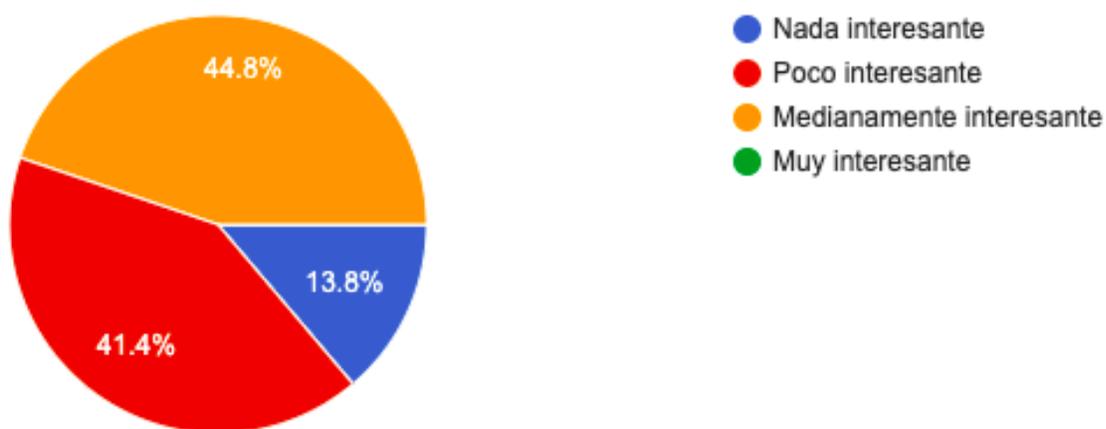
La percepción de los participantes de la comunidad literaria es que el espacio dedicado en los medios de comunicación a las noticias de cultura es en su mayoría limitado (69%) o nulo (10,3%), pero la pregunta cuyo resultado vemos en la Figura 4 se elaboró de una forma abierta y se observan otras respuestas como “sumamente limitado”, “contactos y amiguismos” o “condicionado por redes de contactos”. En fin, solo dos de los participantes opinan que el espacio definido en los medios de comunicación es suficiente y no hay ningún participante que considere que el espacio otorgado a la cultura sea amplio.

Se identifica una congruencia que va avanzando entre las preguntas: los participantes en su mayoría consideran importante la divulgación cultural en medios, pero trabajan de forma independiente por lo que no tienen contactos en prensa, que a su vez dedica cada vez menos

espacio a los temas culturales y literarios. Sin embargo, a pesar de las limitaciones, la totalidad de los participantes respondieron en la octava pregunta que consideran importante contar con espacios culturales en los medios de comunicación tradicionales y digitales, es decir, consideran que el espacio se necesita, pero no se tiene.

De igual manera, la opinión de los participantes acerca de la forma en que se muestran las informaciones de literatura en las redes sociales (principalmente de los medios de comunicación) tampoco es atractiva o interesante, como se comprueba en la Figura 5.

Figura 5 - Pregunta 9: opinión de la información cultural en redes sociales



Fuente: elaboración propia, Eduardo Bolaños Vargas, Marzo 2022.

Aunque las redes sociales permiten una gran variedad de contenidos multimedia y pueden ser diseñadas para provocar reacciones, la opinión que se observa en la anterior Figura 5 es que este tipo de contenidos es nada o poco interesante (en suma 55,2%) y medianamente interesante con el restante 44,8%. Por lo tanto, a pesar de que el espacio en medios tradicionales y digitales establecidos formalmente es limitado o inexistente, el poco espacio que brindan a través de redes sociales carece de interés. Esta condición también podría ser un indicador de que los medios de comunicación no se están apropiando adecuadamente de las capacidades de las redes sociales, o bien ni siquiera hacen uso de las mismas para la temática cultural.

4.1.3 Consideraciones para una mejor comunicación literaria

La tercera parte de este cuestionario aborda preguntas que permiten conocer, en palabras de la comunidad directamente involucrada, cuáles podrían ser las mejores prácticas para el desarrollo de espacios culturales en medios de comunicación.

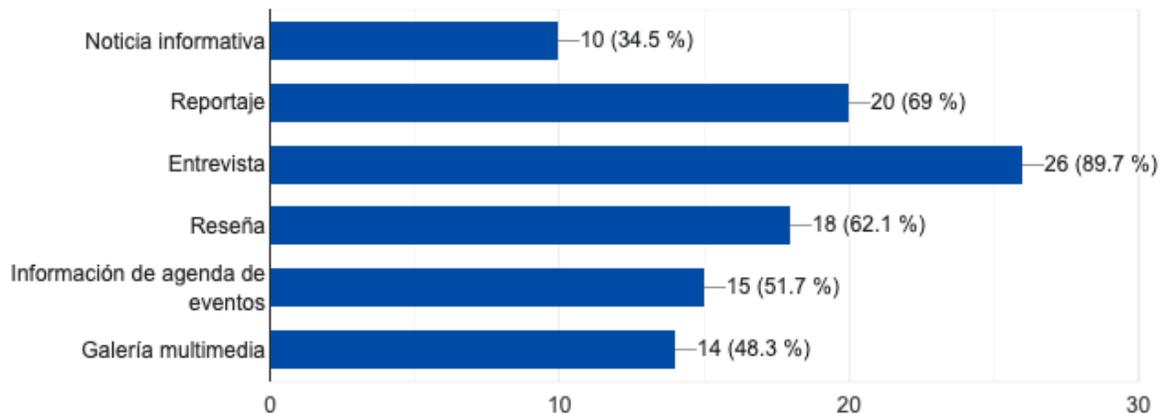
La décima pregunta del cuestionario permitió a los participantes expresar libremente lo que piensan acerca del tratamiento que le brindan los medios de comunicación a los contenidos culturales, de esta forma también se comprueba la coherencia con los puntos anteriores, en los que se indica que es importante que existan espacios pero que se encuentran muy limitados (por las agendas o los intereses comerciales de los medios, según se estudió en el Marco Teórico sección 2.3) y que no reciben un tratamiento atrayente en redes sociales.

De todas las 29 respuestas recibidas, solo 3 indicaron que sí se trata la información de una manera interesante, pero la gran mayoría dan calificativos como “aburridos, sosos, poco creativos o monótonos”. Además, algunas personas realizan críticas que se pueden tener en consideración, como por ejemplo, que los periodistas solo redactan de forma atractiva o interesante si son materiales elaborados para los amigos de ellos (Jonathan Córdona, escritor, editor e ilustrador), o bien, que son producidos para ciertos públicos acostumbrados a consumir cultura (Óscar Brenes Cerdas, escritor), esta última es una queja generalizada, cuya consecuencia es el alejamiento de públicos más amplios que no gustan de textos complejos.

Uno de los participantes agrega un dato interesante que es el trabajo de los *booktubers* o *bookgramers*, que son personas que se han dedicado a publicar información de temas de literatura en YouTube o Instagram, y que se van convirtiendo en influenciadores de la temática, y no necesariamente están afiliados a medios de comunicación.

La pregunta 11 indaga acerca de los géneros del periodismo que podrían funcionar mejor en el tema de literatura y cultura, según la opinión de los participantes, en el entendido de que probablemente la mayoría no son expertos en el campo del periodismo o las ciencias de la comunicación.

Figura 6 - Pregunta 11: Géneros de periodismo adecuados para la publicación de contenidos de literatura.



Fuente: elaboración propia, Eduardo Bolaños Vargas, Marzo 2022.

En los resultados se puede advertir que el género de preferencia por la comunidad consultada es el de la entrevista, seguido por el reportaje y la reseña. Es menos atractiva la agenda de eventos y la galería multimedia, y todavía menos esperada la noticia informativa. En el análisis de los medios de comunicación, que está en las secciones posteriores 4.3.1 y 4.3.2 se pueden apreciar gran cantidad de reseñas, siendo el principal género utilizado, y menos entrevistas.

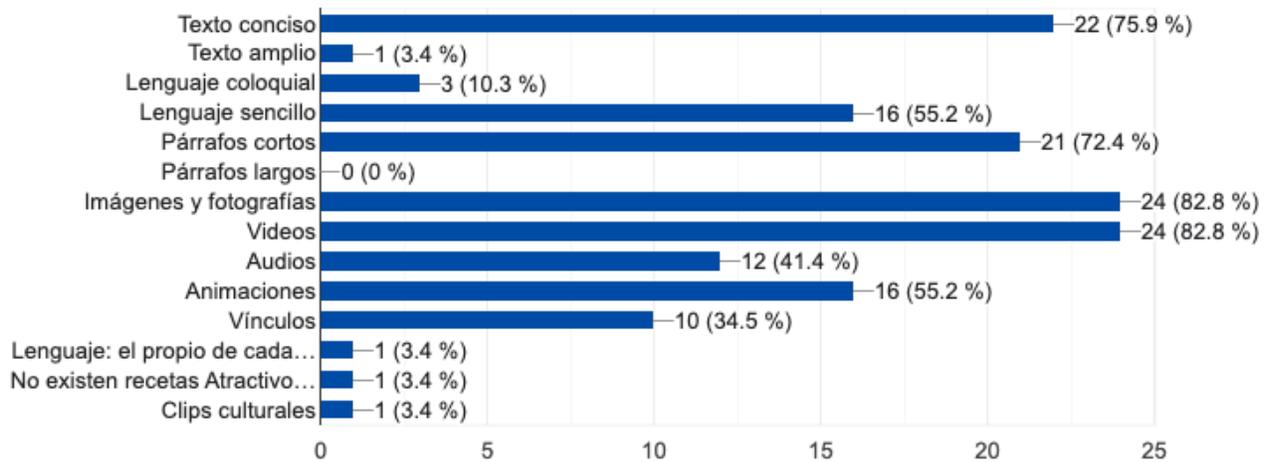
Combinando los factores que hemos estudiado en este cuestionario podemos asumir que efectivamente los miembros de la comunidad literaria necesitan y valoran los espacios en los medios de comunicación, que consideran escasos y de los cuales la mayoría no tiene contactos de los periodistas; a todo esto sumamos que privilegian el género de la entrevista por que les permite ser los protagonistas de la información publicada, pues usualmente en la entrevista el autor o editor pueden extenderse en sus apreciaciones, incluyendo la promoción y comercialización del libro, situación que sucede también en la reseña y que es del interés de quien produce la obra cultural.

Sin embargo, también destaca que el género noticioso sea el menos apetecible, pues podría ser un buen espacio rápido y ágil, para la divulgación del lanzamiento de un libro, o de una feria literaria en la que podrían beneficiarse muchos autores. También en las secciones siguientes se puede observar que el género noticioso es el menos utilizado entre los medios estudiados, a pesar de esto, el formato noticioso podría brindar versatilidad a las publicaciones, por el uso no formal del vocabulario, las fotografías, y la brevedad de los textos.

La pregunta 12 se abre a la opinión de los consultados acerca de los formatos multimedia en la elaboración de informaciones culturales de literatura. En este caso se pusieron ejemplos a modo de aclaración, como son los videos hospedados en YouTube, podcasts, infografías, animaciones y más. La totalidad de los participantes respondieron que sí se pueden utilizar estos elementos y argumentaron que su uso “enriquece el contenido”, “lo hace más interesante”, “se necesita accesibilidad e interés” y “más público que visualice el contenido”. Pero también recalcan que debe existir creatividad pues en muchos casos los contenidos son poco originales o bien han necesitado del apoyo de los medios tradicionales.

Las últimas dos preguntas del cuestionario buscan obtener sugerencias concretas por parte de la Comunidad Literaria Costarricense que servirían como un gran insumo para el proyecto que se propone en este trabajo de graduación. Es por este motivo que en la pregunta 13 se brinda la oportunidad de que los participantes seleccionen diferentes características que deben tener las informaciones para ser atractivas y eficientes, con la oportunidad de que realicen sus propias propuestas. Mientras que la pregunta final, número 14, se enfoca en las redes sociales y las sugerencias para lograr mayor difusión de las noticias de literatura.

Figura 7 - Pregunta 13: Organización de contenidos de texto y multimedia para mejorar la información.



Fuente: elaboración propia, Eduardo Bolaños Vargas, Marzo 2022.

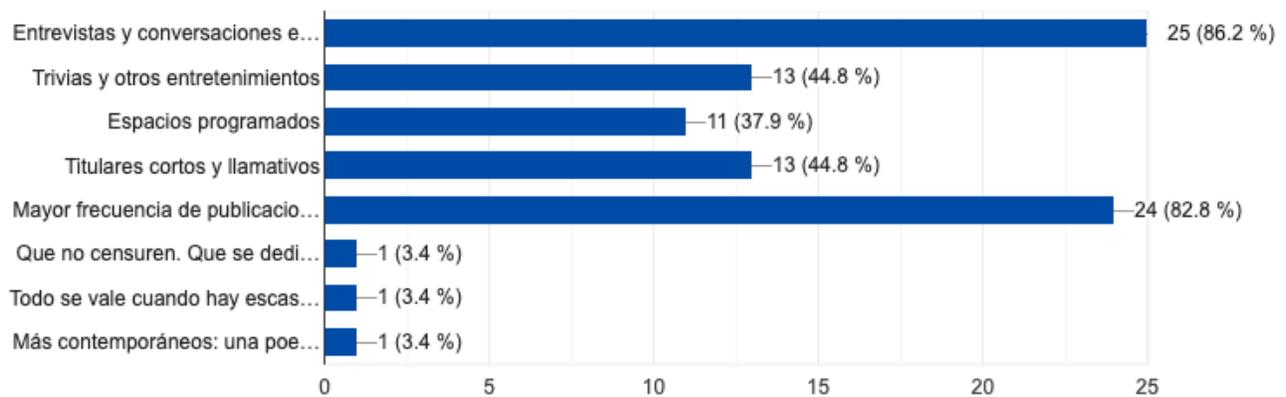
La pregunta 14 nos revela muchos datos y sugerencias que son de interés para los participantes, de lo que ellos consideran que podría volver más atractivo el texto de los contenidos culturales, podemos dividirlo en dos grandes áreas que serían el tratamiento del texto y el tratamiento multimedia.

En el caso del texto se propone que su tratamiento sea conciso, con lenguaje sencillo y párrafos cortos, bastante opuesto a lo que se pudo ver en la sección de análisis de publicaciones, en las que la mayoría son textos complejos, vocabulario de élite, párrafos largos y publicaciones de gran tamaño.

En el caso de los contenidos multimedia los grandes ganadores son los contenidos de imágenes, fotografías y videos, cuya tendencia es innegable en la actualidad, por la facilidad que brindan las redes y las conexiones a Internet para poder acceder a este tipo de contenidos. También se propone incorporar animaciones y en menor grado audios. Estos dos últimos son resultados sorprendentes, pues hay muchos sitios que incorporan audios en los textos con declaraciones de los personajes, aunque no se vio ninguno de estos casos en los textos estudiados y tampoco hay publicaciones culturales que incluyan animaciones.

También hay que tener en cuenta que una parte de la población participante considera que se debe manejar un lenguaje más complejo o bien acorde al tipo de contenido publicado, una persona considera que “no hay recetas” para este tipo de publicaciones y otra persona considera que se pueden incorporar *clips* culturales en las publicaciones, lo que podríamos entender como pequeños textos informativos o educativos.

Figura 8 - Tipos de publicaciones en redes sociales. Pregunta 14: Sugerencias para publicar contenidos culturales literarios en redes sociales.



Fuente: elaboración propia, Eduardo Bolaños Vargas, Marzo 2022.

La pregunta final que se ve reflejada en la Figura 8, presenta algunas de las sugerencias de estos participantes de la Comunidad Literaria Costarricense para mejorar la divulgación de estos contenidos en redes sociales. Son sugerencias que deben ser atendidas pues ya se ha explicado que su mayor experiencia en divulgación cultural es por medio de las redes sociales, al no tener acceso frecuente a los medios de comunicación formal y tradicional.

En este caso de las redes sociales los usuarios, productores de obras culturales, opinan que, en primer lugar, se puede hacer uso de entrevistas y conversaciones en vivo (por medio de las herramientas de *streaming* de las plataformas sociales), es decir, que para las personas

participantes de la investigación es más importante tener la transmisión en vivo, que tener la entrevista alojada en algún sistema para verla como una comunicación asincrónica (si bien luego quedará a disposición), pues las transmisiones en vivo le brindan al público la posibilidad de participar con los entrevistados.

Se resalta la necesidad de generar publicaciones con mayor frecuencia, práctica que es bien conocida para lograr que los algoritmos de las redes sociales den mayor visibilidad a las publicaciones, aunque la métrica de la frecuencia de esas publicaciones todavía es discutida y cambia con cierta frecuencia. Con esto se entiende también que los participantes ven muy poco las publicaciones de los medios de comunicación reflejadas en las redes, o muy espaciadas en el tiempo. Esto se comprueba en el estudio de los medios nacionales, más adelante, en el que se nota que el Semanario Universidad no publica sus noticias literarias en las redes, mientras que los otros dos medios lo hacen de forma intermitente, simplemente copiando el vínculo a la información.

En tercer lugar se pueden observar tres sugerencias casi con la misma cantidad de respuestas: trivias y entretenimientos, títulos cortos y llamativos, y espacios programados. En este sentido destaca la importancia de la interacción en la generación de contenidos de entretenimientos, que buscan generar mayor apego de los lectores en las redes. Los títulos cortos hacen un llamado a volver más concisa y más interesante la publicación en redes, para lograr llevar a los lectores a la página donde está publicado el artículo, haciendo una elaboración más allá de solo pegar el texto del vínculo. Y con espacios programados que se refieren a la posibilidad de contar con momentos donde el público sabe que tendrá contenido de literatura, por ejemplo: un programa los viernes en la tarde dedicado a compartir con autores costarricenses.

4.1.4 Principales aportes del cuestionario aplicado a miembros de la Comunidad Literaria Costarricense.

Gracias a las respuestas obtenidas por medio del cuestionario, y analizadas en las secciones anteriores, se pueden obtener una serie de aportes fundamentales para el desarrollo del proyecto, así como para las conclusiones y recomendaciones.

- 1- La mayoría de los participantes en el cuestionario son escritores, aunque también se contó con la participación de editores y diseñadores, más de la mitad son independientes, es decir, que no publican al amparo de una editorial.
- 2- Los participantes consideran importante contar con espacios en los medios de comunicación formales, sin embargo, son pocos los que tienen contactos de prensa o acceso a los medios de comunicación, y por eso prefieren usar redes sociales.
- 3- Consideran que el espacio que se brinda en los medios de comunicación para las noticias culturales es muy limitado o nulo, con la afectación de otras condiciones como los amiguismos o las redes de contactos; a pesar de estas dificultades, indican que les parece importante contar con espacios en medios de comunicación formales.
- 4- En cuanto a la forma en que se muestran actualmente las publicaciones culturales en las redes sociales de los medios de comunicación, la percepción principal es que se trata de publicaciones poco o medianamente interesantes, es decir, se da poca apropiación de las posibilidades de las redes sociales por parte de los medios de comunicación.
- 5- Los contenidos son calificados como aburridos o monótonos, a esta situación se le une el problema de los espacios limitados en los medios de comunicación tradicionales y el uso pobre de las redes sociales.
- 6- Entre los géneros periodísticos más favorecidos por los participantes destacan las entrevistas, el reportaje y la reseña, en particular se trata de géneros que favorecen a los autores, aunque menosprecian las posibilidades que pueden brindar las noticias informativas.
- 7- En cuanto a los formatos multimedia, los participantes dijeron que son importantes para enriquecer los textos, tomando mayor trascendencia los videos, las fotografías y las imágenes.
- 8- Los participantes opinan en su mayoría, que es mejor que los textos sean concisos, con lenguaje sencillo y párrafos cortos, siempre haciendo uso de elementos multimedia.
- 9- En cuanto a las redes sociales, se propone crear contenidos más elaborados que la costumbre de solo compartir el vínculo. Es decir, motivar a usar las capacidades de transmisión en vivo de las redes, así como realizar publicaciones con más frecuencia, en espacios dedicados al tema literario.

4.2 ¿Qué opinan los expertos? Entrevistas a directores de medios de comunicación.

Se realizaron tres entrevistas a directores de medios de comunicación de Costa Rica, que se identificaron como medios dedicados a temas culturales y con contenidos de literatura. En el capítulo de la metodología se detallaron los criterios de selección para escoger al Semanario Universidad, CulturaCr y Lectomanía.

En la presente sección analizaremos las entrevistas que se realizaron a Beatriz Fernández, Geovanny Jiménez y Óscar Castillo Rojas, de acuerdo al orden temático con el que se elaboraron las preguntas de la entrevista, con la intención de entender puntos de acuerdos o diferencias entre las apreciaciones de los expertos consultados. Para conocer el detalle de cada una de las entrevistas realizadas por medio de la plataforma Zoom, se pueden consultar los audios y videos por medio del siguiente vínculo compartido:

https://www.dropbox.com/sh/huer11yn7kbdjax/AABi0p7TRUEr11iJhRH6_zla?dl=0

En las entrevistas se trabajaron dos grandes temas que fueron el estado de la divulgación cultural en Costa Rica y en segundo lugar se discutió acerca de los aportes que se realizan entre el periodismo y la literatura.

Con respecto al primer tema se discutió la situación actual de los medios de comunicación cultural, la probable disminución de la cantidad de medios, la importancia de la literatura en estos espacios periodísticos y la probable afectación de la situación económica actual. En el segundo tema se habló del aporte del periodismo al sector literario, el aporte de la literatura al periodismo, consejos para el uso de las redes sociales y herramientas multimedia y los consejos para el desarrollo de medios de comunicación culturales.

En los siguientes capítulos se comparan los pensamientos de los entrevistados de acuerdo con los temas indicados, de forma ordenada según las preguntas originalmente planteadas; para poder obtener conclusiones puntuales acerca de la opinión de los expertos.

En las entrevistas semi estructuradas no necesariamente se siguió el orden de las preguntas o bien se mezclaron temas y es por eso que se decidió seguir un orden para este análisis.

4.2.1 La actualidad de la divulgación cultural en Costa Rica desde los expertos

Para el presente TFG es muy importante contar con la participación de personas que han tenido una gran trayectoria en cuanto a la divulgación cultural en Costa Rica, y que se encuentran activos al momento de realizar este trabajo, es por eso que se seleccionaron los directores de medios de comunicación y secciones culturales y se les preguntó acerca de temas que aportarán al desarrollo final del proyecto.

Beatriz Fernández ha sido una de las principales redactoras y ahora también directora de la sección “Los Libros” del Semanario Universidad, medio de comunicación que se ha mantenido constante en la difusión de la cultura a través de la edición impresa y digital.

Geovanny Jiménez, es el director y principal redactor de CulturaCR, medio que originalmente estaba dedicado solo a temas culturales, pero hoy ha tenido que extender su rango de acción a temáticas más nacionales, para poder mantener la audiencia y cierta cantidad de publicidad que le permita seguir en el mercado.

Aunque no es periodista de profesión, Óscar Castillo Rojas ha sido uno de los más importantes editores de libros de Costa Rica, con la editorial Uruk, y es ahora director de Lectomanía, sitio web dedicado por completo a la divulgación de la literatura. También es el presidente de la Cámara Costarricense del Libro, al momento de la redacción.

En las siguientes tablas se encuentra una síntesis de las respuestas e ideas de las tres personas entrevistadas con respecto a los temas de divulgación cultural en Costa Rica y periodismo cultural de literatura.

Tabla 5 – Actualidad de la divulgación cultural en Costa Rica

Temática	Ana Beatriz Fernández	Geovanny Jiménez	Óscar Castillo
La prensa cultural en Costa Rica	<ul style="list-style-type: none">-Hay grandes diferencias en los medios nacionales.-El periodismo digital ha abierto la puerta a nuevas vertientes.-Los medios impresos han ido muriendo y la	<ul style="list-style-type: none">-No se puede decir que la prensa cultural en Costa Rica esté en crisis, pero sí se debe considerar que está en dificultades porque la cultura no es un tema de consumo en comunicación.	<ul style="list-style-type: none">-En la actualidad el estado del periodismo cultural es muy pobre, a pesar de que se estén tratando de hacer vinculaciones con personas voluntarias que no se dedican

	<p>tendencia de los lectores es acudir a los medios de comunicación digital.</p> <p>-El espacio que se dedica a la cultura es cada vez más reducido y con poca diversidad, son espacios en los que prevalece el entretenimiento propio de la industria cultural con sus diferentes nichos y políticas.</p>	<p>-El periodismo cultural es muy variado y diverso; explica que hay muchas vertientes de la cultura como las bellas artes (donde las artes musicales tienen a tener mayor espacio), que han generado una diferenciación entre la cultura de élite y la popular.</p> <p>-La prensa cultural está en un estado de transformación constante, apoyada por las nuevas tecnologías.</p> <p>-El cambio en el gusto de los públicos se inclina por el periodismo “chabacano”, lo que genera nuevos retos para crear nuevos espacios en los medios.</p>	<p>específicamente a la divulgación cultural.</p> <p>-Limitaciones en las fuentes de información y esfuerzos que no trascienden en el tiempo,</p>
<p>La importancia de la literatura y los espacios culturales en los medios nacionales</p>	<p>-Los espacios culturales deben ser medulares en los medios de comunicación, pero que en la actualidad no se le da suficiente importancia porque la concepción que se tiene es que la cultura es hegemónica, no es popular.</p>	<p>-Sí se percibe una disminución de la importancia y los espacios culturales en los medios de comunicación porque se le da prioridad a la industria del entretenimiento, provocando así que el pierda la fascinación por las artes.</p>	<p>-En la actualidad se percibe la casi completa desaparición de la prensa tradicional “en blanco y negro” y la casi inexistencia de secciones dedicadas a la literatura.</p> <p>-Con excepción de Semanario Universidad, considera que ningún</p>

	<p>-En el sentido de la industria de comunicación, la cultura no tiene impacto si no genera ganancias.</p> <p>-En el caso del Semanario Universidad, se entiende como cultura a las bellas artes, y no necesariamente la cultura popular, estas son las estructuras de mercado que define el propio medio.</p> <p>-Se debe entender como cultura a todo aquello que realizamos como seres humanos.</p> <p>-Se debería contar con espacio culturales en diversos formatos, no solo el tradicional impreso, pues frente a los medios tradicionales e históricos, los nuevos medios irrumpen con nuevas formas de comunicar, que tienden a ser fragmentadas y diversas.</p> <p>-Hay medios para públicos muy específicos, o todo lo</p>		<p>medio de comunicación tiene influencia en el tema, pues Áncora de La Nación, es una sección que se dedica cada vez menos a los libros.</p> <p>-Los espacios culturales en los medios de comunicación son importantes y deberían existir, pues tienen la función de impulsar el fomento de los libros, no solo por entretenimiento, sino para desarrollar el pensamiento crítico.</p> <p>-En los países altamente alfabetizados hay un movimiento de promoción de la literatura que va más allá de los sistemas educativos, sino que trasciende a la publicidad en los medios masivos.</p> <p>-Desde el punto de vista comercial, los editores y distribuidores no tienen información de la relación entre lo que se vende y lo que se lee, esto dificulta la comercialización y por ende, limita la</p>
--	--	--	--

	<p>contrario, muy generalistas.</p> <p>-Lo define como “muchas galaxias” de medios que han surgido, en especial entre los espacios digitales.</p>		<p>posibilidad de seguir brindando el servicio.</p> <p>-Es mentira la idea que se ha difundido de que la gente no lee, pues sobreviven las librerías y las editoriales independientes, surgieron librerías “boutique” y curiosamente hay más opciones para comprar libros.</p>
<p>Afectación del contexto nacional y las secciones culturales de los medios de comunicación</p>	<p>-Sería necesario explorar un enfoque antropológico más amplio de la cultura.</p> <p>-Los espacios culturales han muerto porque no cuentan con la mediación periodística de personas especializadas en prensa cultural, pero también porque a los emisores de información les interesa solamente que se den a conocer las actividades culturales que se realizan.</p>	<p>-Hay una serie de situaciones que son las que afectan realmente al sector cultural en los medios de comunicación: las artes son manifestaciones populares, pero son tratadas como actividades de élite, limitando su alcance.</p> <p>-El sistema educativo costarricense está en crisis y que la enseñanza del arte y la cultura ha sido minimizada desde la educación básica, afectando el sector y propiciando la generación de espacios muy pobres para la promoción cultural.</p>	<p>-No tiene certeza de que la situación económica del país haya afectado los medios culturales, pues en su opinión, estos han ido desapareciendo de forma paulatina.</p>
<p>Información de los medios: secciones culturales, medios</p>	<p>-La sección tiene una larga trayectoria en el tiempo, con distintos</p>	<p>-CulturaCr.net tiene 15 años de existir y ha tenido varios</p>	<p>-Lectomanía es un proyecto de la Cámara Nacional del</p>

<p>digitales y redes sociales</p>	<p>suplementos que tienen la misión de profundizar en la investigación de los temas culturales, así como la interpretación, el diálogo de los distintos actores y la formación en temas de literatura y cultura general.</p>	<p>cambios en el dominio web.</p> <p>-El medio ha tenido algunos patrocinios que lo han ayudado a salir adelante pero que a lo largo del tiempo ha tenido que hacer cambios en el contenido, enfocándose más a otros temas que no son el cultural, para poder tener más audiencia y poder generar espacios publicitarios.</p> <p>-El gremio cultural tiene un problema insalvable que son las tensiones entre los distintos grupos artísticos que se bloquean y anulan entre sí.</p> <p>-En sus espacios culturales, trata temas como literatura, teatro, culturas indígenas, turismo cultural, turismo comunitario, educación y culturas afrodescendientes.</p>	<p>Libro, que dirige Óscar Castillo, se creó como una revista digital del mundo de los libros y no como un medio de divulgación de la Cámara.</p> <p>-En este proyecto también participan comunicadores destacados como Beatriz, y Óscar Núñez Olivas.</p> <p>-Entre sus publicaciones se cuentan artículos y reseñas que no son necesariamente de asociados de la cámara, pues indica que el objetivo es llenar el vacío que existe en la divulgación de la literatura nacional, para que sea inclusiva, democrática y de calidad.</p> <p>-En el caso particular de Lectomanía, y a diferencia de los otros medios, se pretende una periodicidad de dos meses entre ediciones, con boletines en las redes y por correo electrónico, avisando de la correspondiente publicación.</p>
--	--	--	--

			<p>-Sus contenidos pueden ser de todos los campos de la literatura, incluyendo el conocimiento científico, buscando nuevas tendencias como el caso de la literatura infantil</p> <p>-Esta revista tiene las puertas abiertas a autores y editores, vinculaciones importantes con libreros, bibliotecas, diseñadores y editores de cómics.</p>
--	--	--	---

Fuente: Elaboración propia, Eduardo Bolaños Vargas, 2022.

Una vez analizadas las opiniones de los expertos acerca del contexto actual del periodismo cultural en Costa Rica, el estado de los medios de comunicación y las posibles variables que podrían estar afectando el espacio dedicado en las empresas de comunicación masiva; procedemos a analizar los aportes que se dan entre el periodismo y la literatura, el uso de las redes sociales, y las ideas de los comunicadores acerca de cómo podría implementarse un nuevo sitio o sección de periodismo cultural de literatura.

Tabla 6 – Periodismo cultural de Literatura

Temática	Ana Beatriz Fernández	Geovanny Jiménez	Óscar Castillo
Aporte del periodismo al sector literario	-El periodismo es un actor fundamental en la promoción del diálogo y la comunicación social por medio de entrevistas y presentaciones.	-El periodismo tiene la capacidad de apoyar el sector literario promocionando los libros de los autores nacionales, por ejemplo, menciona que CulturaCR tiene	-El trabajo que se puede hacer entre el periodismo y la literatura, es una sinergia en el que ambos se alimentan uno del otro con distintas técnicas.

	<p>-Las informaciones culturales ya no son exclusivas de un medio en específico, ni son de difícil acceso porque, gracias al periodismo, la información se puede redistribuir.</p> <p>-La revolución de la informática ha permitido que las personas cambien su forma de pensar, y también que los medios influyan en la forma en que las personas ven el mundo.</p>	<p>un convenio con la Editorial de la Universidad Estatal a Distancia.</p> <p>-Gracias a los medios culturales se pueden crear nuevas formas de promocionar las publicaciones literarias.</p> <p>-Denuncia que los periodistas usualmente no leen los libros, no estudian los temas, no se preocupan por buscar la idea que destaque.</p> <p>-No es que no haya periodismo cultural de literatura en la actualidad, sino que los periodistas no buscan los temas que son tendencia.</p>	<p>-El periodista tiende a ser muy directo con las palabras y los mensajes, mientras que los escritores suelen dar más importancia a la estética de los textos.</p> <p>-Se han desarrollado experiencias que considera interesantes de analizar como la sección Babelia del diario español El País, o PW Magazine que incorpora reseñas de Latinoamérica y España.</p>
<p>Aporte de la literatura al periodismo</p>	<p>-El periodismo es una actividad humana que se basa en la necesidad de las personas de contar las cosas que ocurren, lo que nos apasiona, los conflictos, las tensiones; y es por eso que se alimenta de la literatura para conocer y utilizar la forma humana de contar historias y socializar las experiencias, en sus</p>	<p>-El periodista debe saber de artes antes de poder comunicarlo adecuadamente “el periodismo está llamado a educar, lo quiera o no”.</p>	<p>-El aporte de la literatura al periodismo se observa en herramientas como las crónicas periodísticas, que básicamente son técnicas literarias aplicadas a lo informativo, pero también novelas que son estructuradas con la base de los formatos periodísticos.</p>

	palabras “ver cómo nos ven los otros y cómo vemos a los otros”.		-La unión del periodismo y la literatura ha propiciado el enriquecimiento de ambas disciplinas.
Consejos para el uso de las redes sociales y herramientas multimedia en medios de comunicación cultural	<p>-Las herramientas digitales son nuevas posibilidades que ofrecen espacios por medio de los cuales se apoyan las culturas y las narrativas</p> <p>-Apenas estamos empezando a conocer su alcance y estableciendo nuestros propios mecanismos de autorregulación, corresponde esa tarea a cada uno de los usuarios, que en sus infinitas posibilidades deben aprender a normarlo.</p>	<p>-El mensaje del periodismo cultural en los medios sociales debe tener un valor agregado en lo que llama la dinámica de la comunicación plurisignificativa, en la cual se pueden hacer uso de herramientas como el podcast para entrevistas, por ejemplo.</p> <p>-Una técnica que utiliza es procurar el uso de títulos distintos en medios sociales, para llamar la atención, generar interés y visitas.</p>	<p>-El uso de las redes sociales para un medio de comunicación especializado en literatura es fundamental, porque es una forma de hacer divulgación en un mercado saturado de información</p> <p>-Debe hacerse un esfuerzo para usar técnicas que procuren la “viralización” de las publicaciones en redes.</p> <p>-Hacer uso de las listas de correo electrónico, sin abusar, pues podría generar el efecto contrario.</p>
Consejos para la creación de un medio de comunicación cultural	-La sección cultural del Semanario Universidad es un espacio abierto a las contribuciones, que no se paga y que permite la participación de los actores de la producción artística.	<p>-Lo más importante es el desarrollo del mensaje, mismo que debe procurar ser un medio de interpretación socio cultural, nunca desligado del contexto.</p> <p>-Un medio de comunicación que se</p>	<p>-Hablar de literatura fundamentalmente se refiere a la acción del texto escrito, a la producción del conocimiento por medio de la comprensión escrita.</p> <p>-El el uso de los medios digitales es una herramienta</p>

	<p>-Se trata de un espacio abierto que se abre a la mayor diversidad posible de voces, y que permita una representación a nivel nacional.</p> <p>-Se procura la circulación y distribución efectiva de la producción artística y periodística, diversidad de formatos de publicación y representatividad.</p>	<p>especialice en cultura y literatura, debe buscar ser innovador, original y diferente.</p> <p>-Lo que hasta el momento se ha hecho no está funcionando para atraer nuevos públicos y el mayor error sería que la información cultural se transforme en información de élite, como ha sucedido.</p>	<p>valiosa a utilizar para la divulgación de la literatura.</p>
--	---	--	---

Fuente: Elaboración propia, Eduardo Bolaños Vargas, 2022.

4.2.3 Principales aportes de las entrevistas a los directores de medios de comunicación

En la presente sección se sintetizan los principales aportes de las entrevistas con los directores de los medios de comunicación.

- 1- **Prensa cultural en Costa Rica:** Los medios impresos han ido desapareciendo mientras que los digitales están creciendo; además los medios culturales son limitados y con características de élite. Los esfuerzos culturales no han logrado trascender en tiempo y audiencia.
- 2- **Importancia de los espacios culturales:** En la industria de la comunicación los espacios culturales no tienen importancia de mercado porque no generan impacto ni ganancias. Sin embargo, deben existir, no solo para apoyar las actividades culturales, y específicamente la promoción de la literatura, sino para fomentar el pensamiento crítico.
- 3- **Contexto nacional:** Los espacios culturales están disminuyendo por la falta de personas comunicadoras especialistas en la materia, también podría darse el efecto

de un sistema educativo deficiente en el tema cultural, además influye la creencia de que la cultura es un tema de élite.

- 4- **Los medios de comunicación estudiados:** Las personas entrevistadas tienen mucha experiencia en el campo de la divulgación cultural. Enfatizan en la necesidad de profundizar los temas, generar audiencia y publicidad para el financiamiento de los medios y mejorar la vinculación con el sector que produce cultura.
- 5- **Aportes del periodismo al sector literario:** El periodismo es promotor del diálogo social, apoyo fundamental para los creadores de literatura nacional y complemento a nuevas iniciativas de divulgación.
- 6- **Aporte de la literatura al periodismo:** La literatura le brinda al periodismo la experiencia humana de poder contar historias, de capacitar al profesional y prepararlo con herramientas que enriquecen ambas disciplinas a modo de sinergia.
- 7- **Redes sociales y herramientas multimedia:** Las redes sociales ofrecen espacios de apoyo que apenas comienzan a sufrir procesos de autorregulación. Pero no se pueden dejar de lado otros escenarios multimedia y herramientas que ayudan a generar visitas, en la lucha por tener visibilidad en un mercado saturado.
- 8- **Creación de un medio cultural:** un espacio de divulgación cultural debe estar abierto a la participación de los actores de la producción artística. El medio debe ser innovador y original para atraer nuevos públicos, que no sea un medio de élite, haciendo uso no solo de los medios escritos sino también de las herramientas digitales.

4.3 Análisis de publicaciones. ¿Cuáles son las tendencias?

La tercera sección de análisis de resultados de las herramientas metodológicas ejecutadas en este proyecto, pone en perspectiva lo que están haciendo los medios de comunicación en la actualidad. Como se detalló en el Capítulo 3 de la metodología, se analizó el corpus textual de 10 publicaciones de cada uno de los medios seleccionados.

Es importante indicar que este análisis se llevó a cabo en el mes de marzo del 2022, pero tomaron en cuenta publicaciones anteriores, incluso hasta de finales del 2020, según se lograran identificar textos que fueran consecuentes con el tema de literatura en los medios

nacionales e internacionales, no todos los medios publicaron informaciones de literatura con frecuencia, entonces se retrocedió en el tiempo hasta completar la cantidad de publicaciones planeadas.

Gracias a este análisis se puede establecer un punto de comparación entre lo que los directores de los medios opinan con respecto al ideal del periodismo cultural noticioso y lo que realmente se publica, con la comprensión que brindan las Teorías de Comunicación estudiadas en los puntos 2.3.1 (Industrias Culturales) y 2.3.2 (Agenda Setting) del presente trabajo, comprendiendo que el contenido de los medios de comunicación puede estar sujeto más a los intereses comerciales de los medios de comunicación, o incluso a los intereses editoriales, más que a la importancia periodística que puedan tener los temas.

Pero en el momento en que se elabora este proyecto no se puede dejar de lado la presión que las redes sociales pueden ejercer sobre la agenda de los medios. En los apartados anteriores se pudo observar que son de interés fundamental para la comunidad literaria, y de gran trascendencia para los directores, en adelante se explora si se refleja el mismo interés en las publicaciones de los medios seleccionados.

Los cuadros donde se registraron las observaciones de estos 60 artículos seleccionados se pueden consultar en la dirección:

<https://www.dropbox.com/s/2fpqn6zonhocius/Matriz%20de%20an%C3%A1lisis%20de%20publicaciones%20culturales%20de%20literatura.pdf?dl=0>

4.3.1 Análisis de publicaciones de los medios nacionales

Se revisaron 10 publicaciones de los medios nacionales Semanario Universidad, CulturaCR y Lectomanía, con la matriz de análisis de textos que, además de reunir información básica de las publicaciones, permitió conocer algunos detalles como tipo de publicación, elementos del contenido, temática de la publicación y trascendencia en redes sociales.

Tabla 7 – Análisis de las publicaciones de los medios nacionales

Característica	Semanario Universidad	CulturaCR.Net	Lectomanía
Sección del medio de comunicación y frecuencia.	Suplemento "Los libros". Frecuencia mensual.	Sección cultural. Publicaciones frecuentes.	Todo el medio. Se publica cada dos o tres meses.
Producción de contenidos	Periodistas y colaboradores nacionales y convenios internacionales.	Producción propia.	Periodistas y colaboradores principalmente nacionales.
Imágenes y fotografías	Imagen ilustrativa al inicio, horizontal, usualmente portada de libro.	Imagen grande de portada y en ocasiones imágenes dentro de los textos.	Imagen o fotografía de portada y en ocasiones una segunda fotografía complementaria.
Elementos multimedia	No se encontraron.	Videos de YouTube insertados en la publicación. Presenta hipervínculos.	No cuenta con contenidos multimedia adicionales. Presenta hipervínculos.
Tamaño de los textos	Párrafos largos y textos largos propios de ediciones impresas.	Textos de tamaño variable, pero usualmente párrafos cortos propios de publicaciones digitales.	Variable dependiendo del género periodístico. Se encontró en su mayoría textos largos y párrafos de más de 5 líneas.
Diseño gráfico del sitio	Diseño caracterizado por una columna central y un menú a la izquierda, imagen principal al inicio e información relacionada al final. Colores rojo, blanco y grises.	Diseño con fondo blanco, dos columnas: a la izquierda son noticias recientes (en el momento del estudio no se mostraba en algunas publicaciones), y una columna central más amplia con el texto. Colores blanco y rojo, café.	Diseño muy limpio en una columna, con un menú superior principal, fondo blanco y letras negras. No tiene elementos distractores. Colores blanco, celeste y gris.
Géneros periodísticos observados	Artículos de opinión y reseñas, muchas colaboraciones externas.	Reseñas de libros, artículos de opinión, noticias y entrevistas.	Reseñas, noticias informativas, entrevistas, artículos

			de opinión y reportajes.
Tipo de vocabulario de las publicaciones	Complejo, muy elaborado y formal.	Formal pero no complejo, en ocasiones pueden verse expresiones coloquiales.	Es un vocabulario formal, en algunas ocasiones complejo.
Uso de redes sociales	No utilizaron redes sociales.	La totalidad de las publicaciones se realizaron compartiendo un texto breve y el vínculo de la publicación. Poca interacción. Principalmente Facebook y Twitter. No hay contenidos propios para las redes.	No se utilizan.
Publicidad	Tiene publicidad en la parte final de la publicación y en ocasiones al inicio.	Publicidad de varios tipos, en ocasiones se puede observar la publicidad incrustada en medio del texto, en otras ocasiones al final. Espacios publicitarios a media publicación que confunden un poco la lectura.	No tiene publicidad.

Fuente: Elaboración propia, Eduardo Bolaños Vargas, 2022.

4.3.2 Aportes generales de los medios de comunicación nacionales

Con el análisis de los 30 artículos correspondientes a los medios seleccionados, se puede extraer una serie de aportes y de aspectos a tomar en consideración para la elaboración del proyecto en general, así como las conclusiones y recomendaciones del proyecto.

- 1- Los medios de comunicación culturales, particularmente en el tema de literatura, pueden contar con distintas secciones que correspondan a los géneros del periodismo que se quieran utilizar, en los artículos seleccionados pudimos observar

reseñas de libros (cortas y amplias), entrevistas a autores destacados, artículos de opinión más cercanos a ensayos, y noticias informativas, que presentaron la mayor variedad de elementos multimedia.

- 2- El desarrollo de materiales adicionales como videos, audios y animaciones está casi ausente en la mayoría de publicaciones estudiadas, con excepción de algunas entrevistas completas en CulturaCr. No hay videos cortos ni en las páginas ni en las redes sociales.
- 3- El uso de imágenes ilustrativas o fotografías es muy limitado en estas publicaciones, casi que a la portada de los libros o una foto del autor o la persona entrevistada, excepto en las noticias informativas. Y la calidad de tales fotografías en algunos casos puede mejorar, para llamar más la atención y brindar más información a la persona lectora.
- 4- El uso del vocabulario en las notas publicadas es muy variable y depende del tipo de publicación, como es natural, un artículo elaborado por un autor es casi un ensayo mientras que una reseña tiende a tener un vocabulario sencillo que invite a la persona lectora a buscar el libro. El uso de las técnicas del periodismo informativo, en noticias de literatura -por ejemplo ferias del libro o aplicaciones- resulta un aire fresco en un mar convulso de palabras complejas.
- 5- El uso de las redes sociales, por parte de los medios de comunicación, para la difusión de sus contenidos ha resultado un punto muy débil en los tres, pues se limita a la opción de compartir el vínculo de su página y esperar que los usuarios interactúen, situación que en la mayoría de los casos no pasa. Esto tomando en consideración que más de la mitad de los artículos ni siquiera se reflejaron en las redes sociales que tienen los medios. En ninguno de los caso se pudo encontrar que las publicaciones en redes sociales llevaran a un contenido diferente, por ejemplo, que se use el título del artículo y el vínculo, pero con una foto distinta, un video corto, o un diseño que invite a visitar la web.

4.3.3 Análisis de publicaciones de los medios internacionales

Al igual que como se llevó a cabo con los medios nacionales, se analizaron 10 publicaciones de cada una de las páginas seleccionadas para completar el estudio de las

tendencias en diseños y contenidos de los medios que publican información de literatura. En este caso los 3 medios de comunicación seleccionados (Bakánica, Arte al Límite y CoolT) se dedican exclusivamente al tema cultural, a diferencia de los medios de comunicación nacionales, en los que 2 de estos tratan temas generales.

Tabla 8 – Análisis de las publicaciones de los medios internacionales

Característica	Bakánica	Arte al Límite	CoolT
Sección del medio de comunicación y frecuencia.	Sección Cultura. Publicaciones frecuentes.	Sección Libros. Publicaciones frecuentes, pero de literatura son más espaciados.	Sección Libros. Publicaciones Frecuentes.
Producción de contenidos	Producción propia.	Producción propia.	Producción propia y colaboraciones internacionales.
Imágenes y fotografías	Imágenes y fotografías frecuentes, al menos cada 3 párrafos, muy trabajadas gráfica y estéticamente.	Las imágenes y fotografías que utilizan son muy simples y poco cuidadas, pero se utilizan con frecuencia entre los textos.	Las fotografías y las imágenes ilustrativas de los textos se encuentran bien trabajadas. El uso de ilustraciones que se intercalan en los párrafos permite refrescar la lectura en textos largos.
Elementos multimedia	No cuenta con elementos multimedia adicionales. Se usan hipervínculos.	No cuenta con elementos multimedia adicionales. Se usan hipervínculos.	Videos en YouTube, fotografías, memes, audios e ilustraciones.
Tamaño de los textos	Párrafos de más de 7 líneas, textos largos en la mayoría de las ocasiones, se refresca por el uso constante de imágenes. Textos muy largos de más de 20 párrafos, en algunos casos.	Variable dependiendo del género periodístico. Las colecciones de reseñas de libros suelen ser textos largos con muchos párrafos intercalados por imágenes.	Es variado, pero se encuentran desde reseñas cortas hasta artículos de 50 párrafos.

Diseño gráfico del sitio	Diseño limpio, fondo blanco y letras negras. Sitio diseñado por y para diseñadores. Mucho uso de imágenes en el texto pero no se ve interrumpido por publicidad. Centralizado en columna central grande. Se usan textos resaltados.	Diseño simple de colores contrastados de blanco y negro, pero con textos resaltados en rosado. Tiene una columna amplia principal a la izquierda y una de menor tamaño a la derecha con información complementaria y anuncios.	Diseño simple, con una gran columna principal que abarca casi toda la pantalla, títulos y textos en negro con algunos textos resaltados de colores variables. En ocasiones el diseño muestra una pequeña columna derecha con anuncios o información complementaria.
Géneros periodísticos observados	Noticias informativas, reseñas. Entrevistas, reportajes y colecciones de libros.	Principalmente reseñas de libros o actividades culturales.	Noticias, reportajes, entrevistas y reseñas.
Tipo de vocabulario de las publicaciones	Variado. En la mayoría los textos son formales pero también hay vocabulario complejo y coloquial.	Vocabulario formal incluso en artículos de entrevistas. En ocasiones utilizan recursos literarios a la hora de escribir, incluso al nivel de parecer parte de la misma obra.	Vocabulario utilizado en la mayoría de las publicaciones es menos formal que los anteriores, se dan licencias coloquiales y literarias a la hora de escribir, pero se nota un estilo más periodístico en la narración y usa la forma tradicional de pirámide invertida.
Uso de redes sociales	Facebook, Twitter e Instagram. Imagen principal, texto corto y vínculo a la publicación. Más activo en Facebook. No hay contenidos propios para las redes.	Facebook, Twitter e Instagram pero no de forma constante, en los artículos más antiguos no se encontró divulgación en redes sociales. No hay contenidos propios para las redes.	Uso de las redes sociales avanzado, con publicaciones en Facebook (más sencillo), Twitter (utilizando hilos de publicaciones) e Instagram, donde elaboran diseños

			especiales que simulan una revista.
Publicidad	Muy poca presencia publicitaria.	Muy poca presencia publicitaria.	Publicidad entre textos que en ocasiones es invasiva.

Fuente: Elaboración propia, Eduardo Bolaños Vargas, 2022.

4.3.4 Principales aportes de los medios internacionales estudiados

La lectura de los tres medios internacionales seleccionados y sus correspondientes 30 artículos, permitieron encontrar similitudes y diferencias con respecto a los artículos publicados en los medios nacionales. Se pueden resumir estos aspectos en cinco puntos principales, que conforman el aporte principal de esta sección.

- 1- Se resalta la tendencia por un diseño gráfico limpio, cuyos principales elementos son fondos blancos y letras negras, espacios en blanco a lo largo del sitio. Uso de colores adicionales limitado, tanto en texto como en elementos adicionales, pero sí se usa cuando quieren resaltar una frase o bien diferenciar las preguntas en una entrevista. Se utiliza con frecuencia el diseño de una columna central y los menús en la parte superior.
- 2- A diferencia de los medios nacionales, se nota un aprovechamiento más amplio y variado de los géneros periodísticos, aunque siempre se da una predominancia de las reseñas o lo que podríamos llamar galerías de reseñas (con imágenes de libros o autores), entrevistas, reportajes y noticias informativas, en ese orden.
- 3- El uso del vocabulario es muy variado entre los medios y las mismas publicaciones. Se pudieron localizar notas de 4 párrafos y hasta de 50 párrafos de largo (una entrevista) y con uso de vocabulario que va desde lo formal y complejo hasta lo coloquial. Sí es de notar que prevalece el vocabulario formal, no periodístico.
- 4- El uso de las redes sociales es más amplio y más elaborado que en los medios nacionales, pero con excepción de CoolT, sigue siendo insuficiente, pues en la mayoría de los casos usan el mismo contenido generado por el vínculo compartido y no se

cuenta con contenido propio generado para estos medios sociales para generar tráfico orgánico a la información publicada en el sitio web.

- 5- Se descubrió que no se utilizan las redes de forma constante para todas las publicaciones, pues incluso en ocasiones no se logró localizar ninguna referencia de los artículos en las redes. Esto genera poca o nula interacción (me gusta, compartidos o comentarios), cuando se hacen publicaciones, debido al escaso alcance de las mismas.

Capítulo 5: Conclusiones y recomendaciones

En esta sección se detallan las principales conclusiones de la investigación realizada en el presente Trabajo Final de Graduación, con el análisis de los instrumentos metodológicos utilizados a la luz de la teoría y las investigaciones expuestas en los primeros capítulos del presente documento. Las conclusiones y recomendaciones siguientes sintetizan los principales hallazgos en función del cumplimiento de los objetivos propuestos.

5.1 Conclusiones

- 1- En este trabajo se analizaron las necesidades y expectativas de la Comunidad Literaria Costarricense, desde distintas perspectivas, haciendo uso de tres metodologías complementarias (cuestionario, entrevistas y análisis textual), por medio de las cuales se obtuvieron los insumos necesarios para la propuesta de proyecto que puede satisfacer las necesidades de dicha comunidad, con la creación de una sección de literatura en un medio digital y su respectivo programa de divulgación por medio de las redes sociales.
- 2- Las personas de la Comunidad Literaria Costarricense que participaron en el cuestionario indicaron que los espacios y los medios de comunicación dedicados a la cultura se han ido reduciendo paulatinamente, y al momento del estudio el acceso a los periodistas y medios es limitado. Esta consideración coincide con el parecer de los expertos entrevistados, quienes opinan que los medios culturales no logran trascender en tiempo y en audiencia, ni generan impacto o ganancias para las industrias de la comunicación. A pesar de lo anteriormente mencionado, es de común acuerdo la importancia de contar con estos espacios para la divulgación de las actividades culturales literarias.
- 3- De acuerdo con la percepción de los participantes en el cuestionario -actores generadores de cultura literaria en el país- las publicaciones que se realizan en la actualidad son poco interesantes y están enfocadas a una población considerada como élite cultural. Opinan que se deben establecer espacios innovadores y creativos que logren cautivar a nuevas audiencias, y eventualmente generar

financiamiento para que las empresas de comunicación puedan mantenerlos a través del tiempo.

- 4- Por medio del análisis de las publicaciones de los medios nacionales seleccionados se descubrió que sus principales características son el uso de textos largos con pocas imágenes, pocos elementos multimedia (audio o video) y un vocabulario complejo. En comparación, los participantes del cuestionario valoran como positivo el poder contar con textos cortos, vocabulario sencillo y un uso más amplio de las herramientas multimedia.
- 5- Con el estudio de los textos nacionales, se pudo corroborar como cierta la apreciación de los miembros de la comunidad literaria, quienes indicaron que se hace un uso muy limitado de los formatos periodísticos. Esto quiere decir que, en su mayoría, las publicaciones son reseñas o entrevistas, dejando de lado otras posibilidades como reportajes, crónicas o noticias informativas.
- 6- Las tendencias de diseño de contenidos de los medios digitales internacionales seleccionados se caracterizan por presentar una imagen limpia, donde predominan los espacios en blanco y contrastes con letras negras, poca saturación de elementos publicitarios en las páginas, imágenes bien logradas, grandes y con frecuencia de cada 2 o 3 párrafos que facilitan la lectura de textos que con frecuencia tienen una extensión larga. Utilizan también elementos de diseño como colores alternativos o tipografías distintas para destacar párrafos importantes o preguntas de entrevistas.
- 7- Gracias a las distintas metodologías de investigación se logró comprobar una deficiencia generalizada en el uso de las redes sociales para la divulgación y promoción de los contenidos publicados. Muchos de los textos nacionales carecían de su contraparte en redes sociales, o bien se lograron identificar apenas los títulos y vínculos con la imagen básica de la publicación. En los textos internacionales se logró identificar una mayor participación en redes, pero todavía limitado, que no logró trascendencia en cuanto a la interacción. Los expertos consultados indican que el uso de las redes sociales es fundamental para lograr visibilidad en un mercado saturado de información, y los miembros de la comunidad literaria propusieron estrategias novedosas como el uso de transmisiones en vivo o contenidos elaborados con frecuencias establecidas.

- 8- En cuanto al estilo de las publicaciones internacionales se puede destacar el uso de un vocabulario más popular o coloquial que el utilizado en las nacionales, sin llegar a ser vulgar. A pesar de esto se mantienen los textos largos en algunos casos, pero se presentan distintos formatos periodísticos como noticias informativas o reportajes que dan más variedad a las publicaciones.
- 9- Para los expertos consultados hay varios problemas que han dificultado la existencia y continuidad de los medios de comunicación cultural, entre ellos la falta de comunicadores especializados en el tema, rencillas entre los miembros de la Comunidad Literaria Costarricense, complicaciones para el financiamiento de los medios de comunicación y publicaciones que no logran capturar la atención de las audiencias.
- 10- El periodismo y la literatura se apoyan mutuamente intercambiando conocimientos, herramientas y formatos. La literatura le brinda al periodismo la gracia y belleza de poder contar historias, mientras que el periodismo le otorga a la literatura un gran apoyo por medio de iniciativas de divulgación innovadoras.

5.2 Recomendaciones

Gracias a la investigación realizada, con las tres metodologías distintas, se lograron identificar aspectos tan importantes como las características de las publicaciones culturales de literatura en el país y los aspectos que se deberían potenciar para atraer nuevas audiencias. Pero también se lograron otras conclusiones no tan alentadoras, en las que se descubrió que efectivamente, los espacios dedicados a la cultura y la literatura han ido disminuyendo, y los que existen al momento del estudio son considerados poco interesantes, o bien insuficientes. Es por esta razón que se dan una serie de recomendaciones dirigidas a la producción de la Revista Sobrevuelo, a los miembros de la Comunidad Literaria Costarricense y a las empresas de comunicación que pretenden crear sus secciones o medios dedicados a la cultura.

5.2.1 Recomendaciones a la Revista Sobrevuelo

1. La creación de una sección de noticias y publicaciones culturales de literatura en un medio ya establecido requiere la realización de un contenido diferenciado del resto de

las publicaciones, tanto en estilo como en la divulgación de las redes sociales; sin embargo se debe tener el cuidado de mantener la imagen gráfica existente, para que el público pueda comprender que es parte de un mismo medio de comunicación; es decir, se requiere de una producción novedosa y creativa.

2. A diferencia del resto de las publicaciones realizadas hasta el momento de la elaboración de este TFG en el sitio web de la Revista Sobrevuelo, y de acuerdo con las indicaciones de los resultados de las diferentes metodologías, es necesario cambiar el formato de textos amplios (basados en comunicados de prensa), por producciones propias multimedia como entrevistas en video o podcasts de audio.
3. La interacción en las redes sociales es el principal medio por el cual el público llega a las publicaciones web, actualmente muchos lectores se quedan solamente con lo que se muestra en las redes sociales. Es por eso que se recomienda hacer una variación en la forma que se publican las redes sociales de la revista, en particular en lo que se refiere a la sección de literatura propuesta, brindando información diferenciada y elaborada que motive la visita de los públicos, pero que también pueda aportar información de más calidad para la audiencia.
4. Es importante que la revista pueda implementar publicaciones que realicen mayor interactividad en las propias redes sociales y la Comunidad Literaria Costarricense. Las mejores recomendaciones indican que se pueden realizar entrevistas con los artistas en vivo, ya sea en Facebook, Instagram o YouTube, que permita mayor interacción entre quienes estén viendo las transmisiones y los artistas.
5. La Revista debe procurar una relación cordial con los miembros de la comunidad literaria costarricense, entendiendo que debe ser primordial el interés periodístico de las publicaciones, y que eventualmente también puede generarse una estrategia para que esas publicaciones generen a una ganancia económica que ayude al mantenimiento del medio de comunicación y sus colaboradores. Pero brindando una oportunidad abierta de participación a las personas escritoras, editoras, autoras, diagramadoras e ilustradoras..

5.2.2 Recomendaciones a la Comunidad Literaria Costarricense

6. Las personas que conforman la Comunidad Literaria Costarricense deben entender que los medios de comunicación no necesariamente están al servicio de las fuentes informativas, sino que las publicaciones se dan bajo criterios periodísticos y comerciales que se hacen que, en ocasiones, se rechacen algunos temas para privilegiar otros.
7. Es importante velar por las buenas relaciones de las personas de la comunidad con los periodistas de los medios de comunicación, ya sea por medio de adecuados comunicados de prensa, invitaciones a las actividades y actualización constante de las publicaciones relacionadas con temas culturales, pero también procurando disponibilidad y prontitud a la hora de acordar entrevistas o entrega de materiales divulgativos.
8. Las personas de la comunidad deben también procurar buenas relaciones entre ellos, pues la prensa también es sensible a las rencillas que puedan darse a lo interno de estos grupos, ya sea por diferencias entre editoriales, autores o eventos que se realicen. Estas rivalidades podrían restar importancia a la prioridad que los medios puedan dar a la información.
9. También es importante que las personas que componen esta comunidad comprendan que los medios de comunicación, o los periodistas, no están en la obligación de publicar todas las informaciones que se les presentan, pues la lógica de las ediciones, los tiempos de transmisión y el espacio físico es ordenado de acuerdo a los intereses propios editoriales y comerciales.
10. Se recomienda a las personas participantes de esta comunidad en particular, poder entrar en contacto con la dirección de la Revista Sobrevuelo, enviando materiales, invitaciones, fotografías y videos que permitan una publicación más expedita de la información de interés. Pues es importante entender que la dinámica de los medios de comunicación también está limitada por el tiempo, y si los materiales de la fuente están bien trabajados es probable que los medios tengan más posibilidad de publicarlos.

5.2.3 Recomendaciones a los nuevos medios de comunicación cultural

11. La apreciación de los miembros de la comunidad, los expertos entrevistados y la observación de la situación actual de los medios de comunicación es muy clara con respecto a la disminución, de los espacios dedicados a la divulgación cultural. Estos

deben ser propiciados por las industrias de la comunicación, no solo con un fin comercial sino de trascendencia y mejoramiento de la sociedad.

12. Los nuevos medios de comunicación cultural deben estar abiertos a la diversidad de manifestaciones, en particular de literatura que es el caso que compete a este trabajo, pero en general a la amplia gama de temas de divulgación cultural que se puede encontrar en la actualidad.
13. Los nuevos medios de comunicación cultural deben procurar estudiar las tendencias de la comunicación de literatura que se realiza en los medios nacionales e internacionales, poniendo especial atención en el trabajo en diseño de contenidos, estética, manejo de materiales multimedia y redes sociales, así como el tratamiento periodístico que se haga de estas producciones.
14. Los nuevos medios de comunicación deben hacer un esfuerzo importante por crear contenidos periodísticos culturales que sean atractivos para los nuevos públicos, sin caer en la complejidad extrema o en lo excesivamente coloquial, manteniendo un estilo agradable, ameno, moderno y estético.
15. El manejo de las redes sociales, así como el continuo estudio de las más actualizadas tendencias, debe estar presente en el diario vivir de los medios de comunicación culturales, en el entendido que es por medio de las redes sociales, que los públicos llegan a consumir los productos comunicativos que se ofrecen.

6. Proyecto: diseño de una sección cultural de literatura para la Revista Sobrevuelo digital

En la presente sección se lleva a cabo el aporte principal de este Trabajo Final de Graduación, en el cual, por medio de la investigación realizada en las tres distintas metodologías, y analizando sus resultados a la luz de la teoría propuesta, se llega a conclusiones en las que se da respuesta al objetivo principal, por encontrar una solución a las necesidades y expectativas de la Comunidad Literaria Costarricense.

A continuación se detallan las propuestas de lo que se pretende lograr, las características generales de la sección en cuanto a diseño gráfico, diseño de contenidos y experiencia de usuario, la propuesta de desarrollo de la sección y las estrategias de divulgación en redes sociales.

6.1 Principales hallazgos de la investigación

El análisis de las tres metodologías utilizadas durante la investigación permitió identificar las características del proyecto de creación de la sección cultural de literatura en la Revista Sobrevuelo que permitan satisfacer las necesidades y expectativas de la Comunidad Literaria Costarricense. A continuación se resumen los principales problemas y las soluciones a los mismos que se plantearán en el presente proyecto.

Problema 1: Escasez de medios culturales en general y de literatura en particular

Soluciones:

-Se selecciona la Revista Sobrevuelo (www.revistasobrevuelo.com) por contar con una sección de publicaciones culturales a la que se le puede agregar la subsección de literatura y sus respectivos espacios temáticos.

-Se propone la creación de nuevos espacios culturales propios de la revista como canal de YouTube y Podcast en Spotify, pueden ser parte de los espacios existentes.

Problema 2: El espacio que se dedica a la literatura es limitado en los medios existentes.

Soluciones:

-Creación de una sección dedicada a la literatura que se llamará “Letras Vivas” en la Revista Sobrevuelo.

-Se creará una sección para noticias de actualidad y eventos (Actualidad Literaria), una sección para reseñas y publicaciones de libros (Las Obras), una sección para apoyo a los autores, editores, ilustradores y diagramadores, con distintos formatos periodísticos como entrevistas (Protagonistas), otra sección en la que se brindará espacio para publicar obras gratuitas para los lectores, pueden ser cuentos, ensayos, poemas o lo que los autores quieran ofrecer de forma gratuita (Letras Libres) y finalmente una sección en la que se pueden brindar distintas informaciones para el aprendizaje y mejoramiento de las artes literarias (Aprendizaje).

Problema 3: Las publicaciones en la actualidad son poco interesantes o calificadas como cultura de élite, por parte de la comunidad.

Soluciones:

-Procurar el uso de un vocabulario formal periodístico pero no complejo, para evitar dar la sensación de que es un medio dirigido a un solo público considerado cultura de élite.

-En busca de una mejor experiencia de usuario se procurará usar textos de párrafos cortos que permitan una lectura fluida, intercalados con materiales multimedia, es decir, un diseño de contenidos limpio y acorde con la temática.

-Incorporar amplia variedad de elementos multimedia como fotografías, videos, ilustraciones, audios, infografías y transmisiones en vivo.

-Hacer uso de varios estilos y formatos periodísticos que den variedad a las informaciones: información noticiosa, reseñas, entrevistas, crónicas, reportajes, opinión, etc.

-En casos en los que haya entrevistas importantes o informaciones de contenidos largos es preferible hacer un resumen de presentación de la publicación y pegar el video o el audio correspondiente.

Problema 4: Inadecuado uso de las redes sociales para la divulgación de contenidos publicados.

Soluciones:

-El diseño de las publicaciones en redes sociales, para la sección de literatura, debe tener una diagramación diferenciada del resto de publicaciones, con su logotipo propio y una forma innovadora de presentar los contenidos, evitando ser solamente el vínculo compartido con la fotografía principal de la publicación.

-El texto de la publicación en redes, conocido como *copy* o *caption*, debe ser llamativo y que llame al lector a buscar el vínculo e interactuar con la publicación.

-Generación de espacios programados y frecuentes para tener transmisiones en vivo en las redes sociales o el canal de YouTube, para propiciar la interacción del público y la participación de los miembros de la comunidad.

6.2 Información general de la sección

A continuación se detalla la información general que da sustento a la sección de noticias culturales de literatura en la Revista Sobrevuelo, en cuanto a nombre y logotipo, organización, editores y fuentes de información, públicos estimados (“user persona”) y objetivos de la sección, que facilitan la elaboración de las siguientes etapas de la propuesta.

6.2.1 Nombre y logotipo

Se designó el nombre “Letras Vivas” a la sección, con la intención de dar la sensación de que la información de literatura es activa y de frecuente actualización.

Figura 9 - Logotipo de la sección “Letras Vivas”



Fuente: elaboración, Eduardo Bolaños Vargas, agosto, 2022.

Para la elaboración del logotipo se utilizó una tipografía de color negro pero con dos familias tipográficas distintas, una que recuerda las letras de imprenta (Bree Serif) y otra que recuerda un texto escrito a mano (Alex Brush), en una figura de color amarillo fuerte que contrasta con el color de las letras, y que tiene el objetivo de recordar las etiquetas de descuentos en las librerías. Además tiene un ángulo de inclinación de 8.4 grados.

Este logotipo será utilizado en todos los materiales que correspondan a la sección de literatura: las imágenes y fotografías que se publiquen, los materiales en redes sociales y los videos, creando una identificación con respecto al resto de las publicaciones del sitio web.

Figura 10 - Utilización del logotipo en imágenes ilustrativas o fotografías de publicaciones del sitio web.



Fuente: elaboración, Eduardo Bolaños Vargas, agosto 2022.

En el caso de la figura 10 se muestra el logotipo de “Letras Vivas en un tamaño pequeño en la esquina inferior derecha, de tal forma que no impidan observar la imagen de forma adecuada, pero también dan identidad a las fotografías.

6.2.2 Organización de la sección

Gracias al estudio de las necesidades de la Comunidad Literaria Costarricense y las observaciones realizadas en los distintos medios de comunicación nacionales e

internacionales, presentadas en el Capítulo 4 del presente trabajo, se identificó la importancia de contar con una serie de sub secciones que permitirán abordar distintos temas de forma organizada y que también brinden diferentes opciones de participación para las personas de la comunidad literaria costarricense.

Figura 11 - Organización de las subsecciones en el sitio web



Fuente: elaboración, Eduardo Bolaños Vargas, agosto 2022.

Como se muestra en la Figura 11 se contará con una sub sección llamada “Actualidad Literaria”, que tendrá mayor énfasis en noticias y actividades del sector (como en el caso de la Feria de los libros, por ejemplo), que usará principalmente noticias informativas, reportajes o crónicas.

La sección llamada “Las Obras” estará dedicada a la reseña y presentación de libros (en cualquiera de sus formatos) y se alimentará de notas informativas, reseñas o entrevistas. La sección “Protagonistas” se centrará en los autores, editores, ilustradores, diagramadores y otros, brindando la posibilidad de conocer a quienes producen y consumen literatura en el país y podrá trabajar entrevistas, reseñas o reportajes.

La sección “Letras libres” pretende brindar un espacio para que los miembros de la comunidad ofrezcan obras totalmente gratuitas para los lectores de la revista, una práctica que era muy común cuando se editaban revistas literarias en papel, que permitían a los nuevos escritores que sus obras empezaran a conocerse y hacerse llamativas para las editoriales. Por lo tanto esta sección admitirá textos como novelas, cuentos, poesías, leyendas, ensayos o guiones.

Finalmente, como otro aporte de la Revista Sobrevuelo al sector literario, se encuentra la sección “Aprendizaje” en la cual se incorporarán temas que permitan el crecimiento de los miembros de la comunidad, por ejemplo, cursos de escritura creativa, talleres de impresión bajo demanda, cursos de ilustración, etc.; utilizando formatos ilustrativos, o el curso o taller completo (en texto o en multimedia) si existe la posibilidad.

6.2.3 Editores y fuentes de información

La Revista Sobrevuelo está editada principalmente por el periodista Eduardo Bolaños Vargas, sustentante del presente Trabajo Final de Graduación, por lo que se convierte también en el principal editor y periodista de la sección cultural de literatura que se está proponiendo. Pero además se cuenta con distintos colaboradores en varias secciones, que podrían servir de filtro de la información o bien redactores de los textos.

En este caso en particular, la Revista Sobrevuelo puede ofrecer un espacio libre y de interés para miembros de la Comunidad Literaria Costarricense en el que puedan elaborar contenidos y textos, de una forma similar como lo hacen el Semanario Universidad y Lectomanía, según se descubrió en el análisis de los textos, y como es común encontrar en los medios internacionales, haciendo la importante salvedad de que los textos llevarán el proceso de edición y revisión, además deben cumplir con los lineamientos de estilo que se determinen, en busca de un vocabulario más sencillo y accesible.

Con respecto a las fuentes de información, es necesario hacer un gran trabajo informativo para dar a conocer la revista, la sección de literatura y sus posibilidades a los grupos de Facebook en donde interactúa más la comunidad literaria costarricense, a quienes se quiere apoyar principalmente, según se determinó en el objetivo principal de este trabajo. Por lo tanto las fuentes de información de esta sección serían las siguientes:

-Miembros de la comunidad literaria costarricense que presenten libros, participen en actividades, realicen reseñas, compartan textos gratuitos, etc.

-Instituciones culturales nacionales: Sistema Nacional de Bibliotecas, Ministerio de Cultura y Juventud, museos nacionales, galerías de arte, asociaciones culturales, casas de la cultura, universidades públicas y privadas, embajadas e institutos culturales internacionales.

-Empresas dedicadas a la literatura: editoriales, librerías, distribuidores, etc.

6.2.4 Públicos de la sección (*User persona*)

La determinación de un público principal y públicos secundarios facilita la elaboración del proyecto de creación de esta sección, en particular con el estilo y el diseño de contenidos, ayuda a determinar con claridad hacia quiénes va dirigido el producto y en una eventual valoración, permitiría discernir si es el público adecuado o hay que pensar en un cambio.

Para lograrlo se obtuvo importante información en las primeras preguntas del cuestionario, así como en las expectativas de la comunidad literaria costarricense.

Figura 12 - Persona usuaria principal



Persona usuaria primaria
JOSÉ MARTÍN VÁZQUEZ

A sus 35 años José Martín ha logrado algo que pocas personas logran en toda su vida, ha publicado 3 libros de forma individual y ha participado en otras 5 publicaciones colectivas con varias editoriales privadas.

Desde niño ha sentido un gran gusto por la literatura, en especial del género de fantasía, aunque con los años se ha inclinado más por la novela histórica que le parece apasionante. Le gusta participar en ferias de literatura y colaborar con otros colegas escritores que buscan su apoyo por su gran facilidad a la hora de revisar textos y dar consejos de escritura.

Es un lector empedernido y aprovecha cada minuto y cada café para dar una ojeada a su libro de turno, o bien escribir alguna idea para un futuro cuento en un cuaderno que siempre tiene a la mano.

Tiene algunos contactos con medios de comunicación pero considera que la oferta cultural en la prensa ha disminuido sustancialmente, a pesar de eso está dispuesto a apoyar alguna iniciativa periodística que se presente.

Fuente: elaboración, Eduardo Bolaños Vargas, agosto 2022.

Figura 13 - Persona usuaria secundaria

Persona usuaria secundaria
MARÍA PAULA RODRÍGUEZ



María Paula es una mujer de 43 años que ha dedicado su vida a trabajar en la administración de tiendas de ropa, pero con la pandemia perdió su último trabajo cuando cerraron varias tiendas. Con su experiencia de años pudo dar inicio a un emprendimiento de venta de artículos decorativos y artesanías elaboradas por otros emprendedores.

En un principio la tienda era solamente digital pero en el último año pudo poner un pequeño establecimiento en un centro comercial en Cartago. Así entró en contacto con una asociación de escritores costarricenses que imprimen de forma independiente y a quienes los apoya con la venta de sus libros.

Gracias a esta experiencia ha podido ayudar a los escritores, poco a poco ha logrado conocer algunas técnicas para editar sus propios libros y está terminado la edición de una primera obra acerca de las mujeres emprendedoras.

Su pasión por la lectura desde niña y su experiencia en el mercado ha hecho que la lectura de su libro sea amena y edificante, y ahora busca medios de comunicación que le ayuden a dar a conocer su primera obra.

Fuente: elaboración, Eduardo Bolaños Vargas, agosto 2022.

En las figuras 12 y 13 se pueden observar dos de los públicos esperados como lectores y participantes de la sección Letras Vivas de la Revista Sobrevuelo. La persona usuaria principal es un miembro activo de la Comunidad Literaria Costarricense, escritor, editor y lector, que puede ser una fuente importante de información y participante en la producción de contenidos de la sección.

Por otra parte, la segunda persona usuaria permite conocer una audiencia un poco más amplia, que siempre tiene un interés fundamental en la literatura, pero que está apenas comenzando su actividad en la comunidad, y cuya forma de vida no está completamente relacionada con la literatura, se representó con una mujer emprendedora, pero puede extenderse a estudiantes o profesionales de cualquier ámbito, que les gusta leer o tienen la meta de producir alguna obra.

Ambas son personas simbólicas que tienen interés en la lectura y consumo de los contenidos publicados, pero que poco a poco, pueden ir participando de forma activa en la generación de los mismos.

6.2.5 Objetivos de la sección web

El principal objetivo de la creación de “Letras Vivas” es ofrecer una respuesta a las necesidades y expectativas de la Comunidad Literaria Costarricense, según lo que se pudo descubrir por medio de las distintas metodologías que se llevaron a cabo en la investigación del presente Trabajo de Graduación.

Por lo tanto, esta sección brindará un espacio periodístico para dar a conocer las obras, los protagonistas y las actividades de la actualidad cultural literaria en el país, con un formato digital que haga uso de las herramientas multimedia de la actualidad y su correspondiente divulgación por medio de las redes sociales.

Letras Vivas tendrá la oportunidad de ser un espacio inclusivo a las distintas formas de pensamiento que rodean el ámbito cultural, más allá de las condiciones del mercado, dando voz a artistas que no han podido visibilizar sus obras, porque no tienen acceso a los medios de comunicación.

En este espacio se buscará un estilo moderno, formal pero no específicamente dirigido a la élite cultural, en el que se pueda hacer uso de un vocabulario sencillo, pero estéticamente adecuado y correcto, que permita el consumo de los públicos relacionados al tema artístico, sino también a las personas que apenas ingresan al mundo de la cultura y finalmente a un amplio público general que se sienta afín al tema literario.

Otro de los objetivos es fomentar el uso de todos los géneros periodísticos y elementos multimedia en la creación de contenido cultural, que tradicionalmente se ha reducido a largos artículos escritos, programas de radio o de televisión, promoviendo así publicaciones que tengan texto, fotografías audios, videos, entrevistas interactivas en vivo y otras posibilidades que puedan surgir en el futuro.

6.3 Características específicas de la sección “Letras Vivas”

En esta sección del presente trabajo, se van a detallar aspectos que permitan el desarrollo de la sección propuesta como lo es el diseño gráfico de acuerdo a la plantilla utilizada en la revista, las subsecciones propuestas como mapa de navegación del sitio, las sugerencias de uso de los materiales multimedia, la propuesta de diseño de contenidos para los correspondientes formatos periodísticos, y la propuesta de usabilidad de la sección.

6.3.1 El sitio actual y su diseño gráfico

La Revista Sobrevuelo está hospedada en la plataforma gratuita Blogger, de Google y utiliza la plantilla JetTheme en su versión 2.9 gratuita. Por lo tanto, es importante entender que las publicaciones que se realicen automáticamente se configurarían con los colores y las formas de la plantilla de la revista.

De la misma forma es importante conocer los diferentes aspectos gráficos que conforman la revista con la intención de poder adaptar las publicaciones y el diseño de los contenidos, comprendiendo lo que se puede hacer y lo que no.

Figura 14 - Visión general de una publicación en el sitio web



Fuente: elaboración, Eduardo Bolaños Vargas, septiembre, 2022.

Esta plantilla le permite al sitio contar con un diseño limpio y organizado, con una sección principal de información, como se aprecia en la Figura 14, una segunda columna de menor ancho para anuncios o información complementaria, un menú superior y un espacio al final del sitio.

También en la figura anteriormente mencionada se pueden apreciar otras características de las publicaciones como el título en azul, la barra de navegación en color naranja, información de fecha y autor de la publicación en gris, una barra de redes sociales

para compartir y una fotografía grande que da inicio a la publicación. En la columna lateral se observa en primer lugar un buscador y además anuncios, que en este caso promociona una de las redes sociales de la página.

Figura 15 - Sección inferior del sitio web de la Revista Sobrevuelo.



Fuente: elaboración, Eduardo Bolaños Vargas, septiembre, 2022.

La sección inferior se aprecia en la Figura 15, donde se encuentra información adicional del sitio como el *copyright* las secciones existentes y un panel de los artículos más leídos. El contraste de la sección inferior es de fondo negro con letras blancas, a diferencia del resto del sitio que tiene fondo claro y letras oscuras, aunque en este sentido también es importante indicar que la plantilla permite adaptar los colores a un tema oscuro para mejor lectura.

6.3.2 Mapa de navegación del sitio

En la sección 2.2.2 del presente proyecto se describe la Revista Sobrevuelo, su historia y las principales temáticas que se trabajan en el mismo. Por lo que es importante ahora detallar todas las secciones que tiene el sitio al momento del estudio, para poder comprender en cual

categoría se ubicaría Letras Vivas y sus correspondientes apartados. Las secciones y subsecciones actuales de la Revista Sobrevuelo son las siguientes:

1-Tecnociencia

- Ciencia
- Tecnología
- Ambiente
- Salud
- Comunicación social
- Internacional
- Prensa Institucional
- Agenda Tecnociencia

2- Arte y Cultura

- Bellas artes
- Cultura Popular
- Fotografía
- Agenda Cultural

3- De Viaje

- LugaresCR
- El Mundo
- Naturaleza
- Gastronomía

4- Innovación

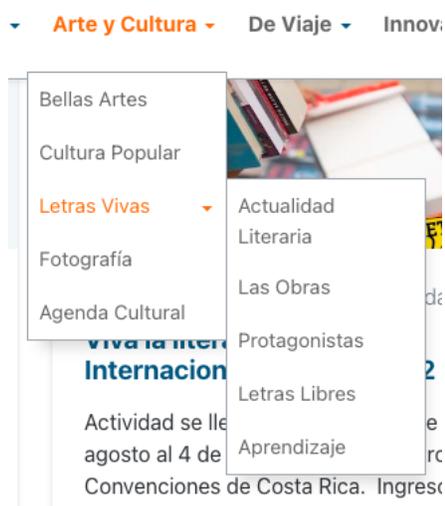
- Empresarial
- Emprendimientos

5- ¿Quiénes somos?

- Redes sociales
- Colaboradores
- Anúnciese
- Sitios recomendados
- Blog Creando Sueños

De acuerdo con esta organización, y en vista de que el sitio ya cuenta con una sección cultural que es “Arte y Cultura” se propone que Letras Vivas y sus subsecciones, se ubiquen dentro de este espacio, siguiendo la lógica de que la literatura es una manifestación de las artes y la cultura.

Figura 16 – Ubicación de Letras Vivas en el menú de navegación principal



Fuente: Elaboración propia, Eduardo Bolaños Vargas, septiembre 2022.

En la Figura 16 se observa cómo quedaría “Letras Vivas” inserta en la sección de “Arte y Cultura”, colocada en el tercer espacio, brindando mayor importancia que la fotografía o la propia agenda de actividades culturales, y luego -al posarse sobre esa opción- aparecerían las subsecciones que ya se ha mencionado en la sección 6.2.2 con el detalle de sus contenidos. Esta ubicación será reforzada con los vínculos que el sitio genera en la parte superior de las publicaciones, donde se especifica -por medio de la herramienta como *breadcrumbs* o migas de pan- a qué sección temática pertenece el contenido.

6.3.3 Uso de materiales multimedia

Una de las grandes carencias de los medios de comunicación nacionales de cultura que pudimos estudiar es el usar pocos materiales multimedia en las publicaciones. No así los medios internacionales que procuraban el uso constante de imágenes y fotografías en las

publicaciones, especialmente para aligerar la lectura cuando los textos son demasiado largos, como en el caso de las entrevistas, o bien intercalando entre las reseñas de libros.

En este caso la propuesta del presente trabajo es que se debe hacer un uso constante de los elementos multimedia dentro de las publicaciones, a saber: fotografías de alta calidad, imágenes ilustrativas, infografías, videos elaborados por la propia revista, videos externos brindados por las fuentes de información, inserciones de audio, entrevistas completas como los podcast y entrevistas o transmisiones en vivo según la oportunidad.

También se valoraron otras opciones propuestas por la comunidad como las animaciones, pero no se le encontró utilidad real en el caso de las publicaciones de literatura, ni se encontró ningún caso en que fuera utilizado este tipo de elemento, dentro de las publicaciones analizadas.

Una de las consideraciones fundamentales del uso de los elementos multimedia es la identificación de los mismos con la revista y con la sección, por medio del uso de los logotipos ya estudiados, tal como se aprecia en la Figura 10 de la sección 6.2. en la cual se inserta un pequeño logo en la esquina inferior derecha de las imágenes para poder hacer la diferencia con respecto al resto de las imágenes o fotografías de la revista.

Figura 16 – Visualización de animación inicial para videos



Fuente: elaborado por Eduardo Bolaños Vargas, septiembre, 2022.

La Figura 16 muestra la imagen de cómo se vería la portada o la animación inicial en los videos de las publicaciones y de YouTube, a modo de ejemplo, con la ventaja de que el logotipo de "Letras Vivas" que se estableció, puede utilizarse en los diferentes formatos multimedia, incluyendo las miniaturas de las portadas de Spotify y YouTube.

-Recomendaciones generales para los programas de YouTube.

A continuación se propone un esquema general para la realización de los programas en video de YouTube, teniendo en cuenta los elementos anteriormente mencionados y pensando en que estos videos pueden oscilar entre 8 y 20 minutos, para que los algoritmos de la plataforma le den mayor importancia.

Tabla 9 – Esquema general de producción en YouTube

Descripción	Locución	Música	Tiempo
Inicio del video. Logo de la revista y entra el video del presentador.	<i>Le damos la cordial bienvenida a esta nueva edición de Letras Vivas en su Revista Sobrevuelo, hoy conversaremos con ... acerca de su más reciente producción literaria.</i>	Música de introducción, rápida y alegre, el volumen disminuye un poco con la locución.	Logo 2 segundos. Locución 15 a 20 segundos.
Animación de introducción	En Letras Vivas les presentamos...	Sigue la música con mayor volumen.	10 segundos
Inicio del programa: Si es una entrevista se enfocará más en el entrevistado, si es otro formato periodístico se adaptará a las necesidades y el contenido. Evitando que el periodista sea protagonista.	<i>El día de hoy les presentamos una entrevista con ... quién esta semana ha presentado si más reciente obra en la feria del libro... etc.</i> -Si es una entrevista y solo se cuenta con una cámara, centrar la vista en el entrevistado. -Si es una nota informativa, preferir las imágenes ilustrativas del lugar. -Si es una reseña o una colección de reseñas se tendrán imágenes del periodista junto con el libro. -Evitar entrevistas por plataformas de comunicación digital como Zoom o Meet, para procurar una buena calidad de imagen y sonido.	Utilizar música solo al principio y al final, para no distraer sobre el momento de la entrevista.	-Notas informativas no más de 8 minutos (varias notas). -Entrevistas 10 a 20 minutos. -Reportajes 8 a 15 minutos.
Final del programa:	<i>Este ha sido nuestro programa de hoy esperamos que lo hayan disfrutado y les invitamos a</i>	Música alegre y rápida, similar a la del inicio, que	30 segundos aproximadamente.

El periodista hará el cierre invitando a compartir.	<i>compartirlo por medio de las redes sociales. No se olviden de visitar nuestro sitio web ...</i>	permite escuchar la locución. Aumenta el volumen cuando se presenta la pantalla final con el logotipo y la URL.	
---	--	---	--

Fuente: elaboración propia, Eduardo Bolaños Vargas, septiembre 2022.

-Recomendaciones generales para los programas en formato de podcast

A continuación se propone un esquema general para la realización de los programas de audio para plataformas como Spotify, teniendo en cuenta los elementos anteriormente mencionados y con la consideración de que los audios y los podcast pueden durar más de media hora. Hay que tener en cuenta que al no tener video se pueden realizar descripciones más profundas, conversaciones más grandes y alternar las locuciones con música.

Tabla 10 – Esquema general de producción para podcast en Spotify

Descripción	Locución	Música	Tiempo
Inicio del podcast. Mención del nombre del podcast y entra presentación del locutor.	<i>Le damos la cordial bienvenida a esta nueva edición de Letras Vivas en su Revista Sobrevuelo, hoy conversaremos con ... acerca de su más reciente producción literaria.</i>	Música de introducción, rápida y alegre, el volumen disminuye un poco con la locución.	Música 2 o 3 segundos antes de la locución. Locución 15 a 20 segundos.
Audio de introducción	<i>En Letras Vivas les presentamos...</i>	Sigue la música con mayor volumen	10 segundos
Inicio del programa: Si es una entrevista se enfocará más en el entrevistado, si es otro formato periodístico se adaptará a las	<i>El día de hoy les presentamos una entrevista con ... quién esta semana ha presentado si más reciente obra en la feria del libro... etc.</i> -Si es una entrevista se debe contar con al menos dos micrófonos activos, depende de la cantidad de personas entrevistadas.	Utilizar música solo al principio y al final, para no distraer sobre el momento de la entrevista. Reseñas contarán con música	-Notas informativas no más de 5 minutos (varias notas). -Entrevistas 10 a 20 minutos. -Reportajes 8 a 15 minutos.

necesidades y el contenido. Evitando que el periodista sea protagonista.	<p>-Si es una nota informativa, preferir la descripción de hechos y de la experiencia de la actividad.</p> <p>-Si es una reseña o una colección de reseñas se elaborarán con música intercalada entre una y otra.</p> <p>-Se permiten las entrevistas realizadas por medio de plataformas de comunicación digital como Zoom o Meet, procurando la mejor calidad de sonido posible.</p>	intercalada para facilitar el tiempo.	Se pueden extender los tiempos debido a que el formato de podcast se suele escuchar en tiempos mayores de media hora.
Final del programa: El periodista hará el cierre invitando a compartir.	<i>Este ha sido nuestro programa de hoy esperamos que lo hayan disfrutado y les invitamos a compartirlo por medio de las redes sociales. No se olviden de visitar nuestro sitio web ...</i>	Música alegre y rápida, similar a la del inicio, que permita escuchar la locución. Aumenta el volumen cuando se menciona el nombre del sitio web y del programa.	30 segundos aproximadamente.

Fuente: elaboración propia, Eduardo Bolaños Vargas, septiembre 2022.

6.3.4 Usabilidad, experiencia de usuario e interacción

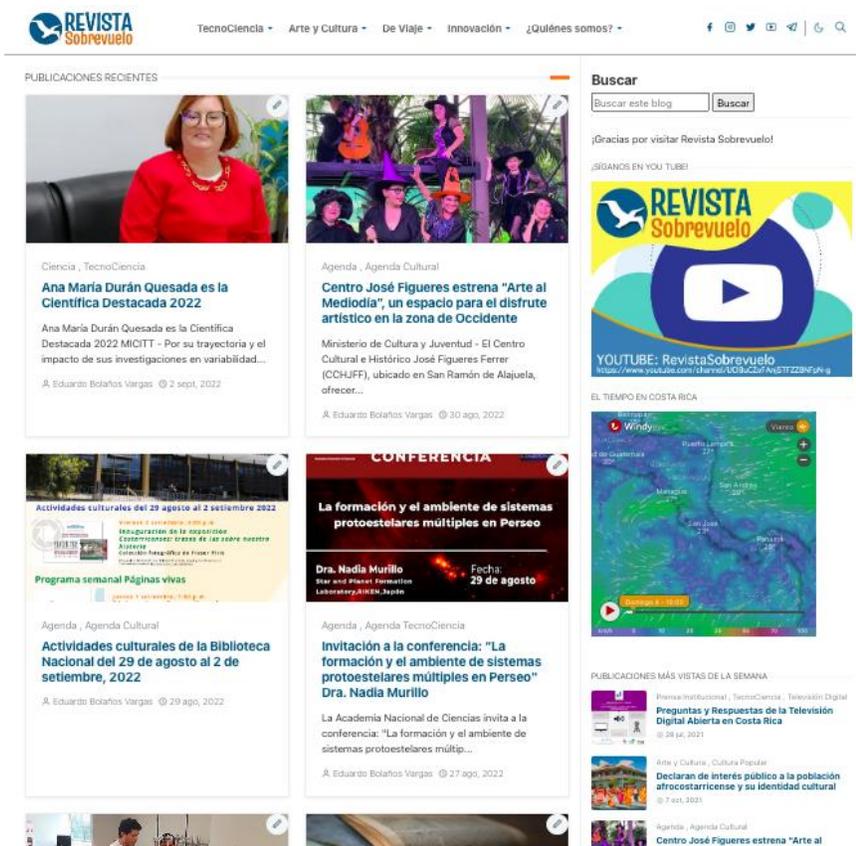
La Revista Sobrevuelo está diseñada sobre la plantilla de Blogger que se mencionó anteriormente, esto significa que tiene algunas ventajas y algunas desventajas sobre otros sistemas como WordPress. Sin embargo, en cuanto al tema de la navegación la sencillez de su sistema hace que la experiencia para el usuario sea fácil de entender y eficaz a la hora de publicar, aún sin conocimiento del sistema.

-Navegación:

El sitio web consta de un menú principal en el que se desglosan las secciones que se vieron en el apartado 6.3.2 del presente trabajo, de acuerdo a las temáticas del sitio. El logotipo principal permite llegar a la página de entrada y en la columna derecha hay herramientas como

el buscador, los vínculos a todas las redes sociales o listas de publicaciones más leídas. También en la fila del final de la página se refuerza el vínculo a las principales secciones.

Figura 17 – Página inicial de noticias



Fuente: elaboración propia, Eduardo Bolaños Vargas, septiembre 2022.

La página de inicio del sitio muestra en el espacio principal una colección de las publicaciones más recientes de la revista, con la foto principal, la sección, el título, el autor, y la fecha de la misma, según se observa en la Figura 17. Los títulos se resaltan y son accesibles para poder llegar a la información publicada.

De la misma forma, al ingresar a una sección como Arte y Cultura, o como Letras Vivas, se mostrarán las publicaciones que hayan sido etiquetadas en esa sección de forma previa, en el momento de la edición.

-Experiencia de usuario:

La plantilla de la Revista Sobrevuelo ha incorporado una serie de herramientas que permiten mejorar la experiencia de usuario de las personas que la visitan. Como se comentó anteriormente hay características que permiten una lectura agradable y fácil de los textos por medio de un contraste alto entre el fondo blanco y las letras de color oscuro, tipografía limpia sin serif y títulos en azul oscuro y letra grande.

Otra de las facilidades que apoyan la experiencia de usuario en el sitio es un lector de voz que ubica en la esquina inferior izquierda en el sitio y en cada una de las publicaciones, permitiendo que todos los textos sean leídos por una voz artificial bastante bien desarrollada, principalmente para las personas con dificultad visual.

Finalmente es importante hacer notar que la plantilla del sitio es completamente responsiva, eso quiere decir que se adapta al tamaño de las pantallas en las que se reproduce, es decir, se adapta a una tableta o a un celular.

Figura 18 – Diseño responsivo en dispositivo celular



Fuente: elaboración propia, Eduardo Bolaños Vargas, septiembre 2022.

En la Figura 18 se aprecia cómo la versión celular se adapta al tamaño de la pantalla buscando que las letras y las imágenes se vean correctamente sin necesidad de mover la visualización de forma horizontal, sino solamente vertical, manteniendo además los colores y tipografías del sitio en la web. También tiene la cualidad de adaptar el menú, colocándolo en una opción desplegable (menú de hamburguesa o de tres rayas) en la sección superior derecha de la pantalla.

-Interactividad

En la actualidad muchos de los sitios de noticias tienen la capacidad de aceptar comentarios debajo de las publicaciones, esta es una posibilidad que nació con los blogs y con los sitios de publicaciones noticiosas. Sin embargo, los lectores han dejado de utilizar esta herramienta, excepto en casos de medios con una audiencia muy grande y temas controversiales.

En cambio, las personas que consumen la noticia prefieren interactuar por medio de las redes sociales, en las publicaciones que los medios de comunicación hacen de sus noticias en redes sociales. Como se mencionó en el apartado 2.1.2 del presente trabajo, las redes sociales son en la actualidad la fuente de entrada más importante a la información que se publica, pero en la mayoría de las ocasiones los lectores se quedan solamente con lo que se ve en las redes y es por eso que es imprescindible que cada una de las publicaciones tenga los vínculos rápidos para poder compartir en las redes.

Figura 19 – Vínculos a redes sociales y espacios de comentarios



Fuente: elaboración propia, Eduardo Bolaños Vargas, septiembre 2022.

El sitio entonces incorpora una gran amplitud de redes sociales propias del sitio, en las que se puede acceder a la información, como se observa en la Figura 19, y también incorpora la facilidad para realizar comentarios dentro de la misma publicación, con pocos pasos sencillos, incluyendo la notificación de las mismas para su correspondiente seguimiento.

6.3.5 Propuesta de diseño de contenidos para los formatos periodísticos

En el presente apartado profundizaremos acerca del diseño de contenidos para los diferentes formatos periodísticos, entendiendo como diseño de contenidos la organización que tienen los elementos de texto y los elementos multimedia de acuerdo al efecto y mensaje que se desea transmitir, procurando una información agradable de leer, completa, innovadora y acorde con las expectativas de la Comunidad Literaria Costarricense para un periodismo cultural de literatura moderno.

Es importante indicar además que estas propuestas están inspiradas en las tendencias que se observaron en los medios de comunicación nacionales e internacionales, buscando un mejor aprovechamiento del espacio y de las posibilidades de un medio digital. Pero también es imprescindible mencionar que son propuestas que ayudan como guía para una mejor utilización de los recursos, no instrumentos obligatorios, puesto que se tiene claridad en que cada caso es diferente y en algunas ocasiones puede que no se logre contar con los materiales multimedia que en adelante se indicarán.

-Diseño de contenidos para noticias informativas

Uno de los formatos periodísticos menos observados en el estudio que sustenta este proyecto es el de las noticias informativas. A pesar de ser el formato más clásico, que se utiliza para los sucesos, las informaciones nacionales, económicas o deportivas, no se hace uso de éste en las informaciones culturales, excepto cuando hay actividades muy llamativas o de resonancia nacional como el caso de la Feria Internacional del Libro, en Costa Rica.

La ventaja de este formato es que nos brinda información de rápida comprensión (pirámide invertida), con explicaciones concisas y textos suficientes para poder conocer los datos de lo que sucede de forma expedita y lo más objetivamente posible. Además se cuenta con la facilidad de incorporar muchos elementos multimedia.

Es por esta razón que se proponen las noticias informativas como un formato privilegiado, que acerca a los lectores a la información cultural alejándolos de textos largos y complejos que suelen ser calificados como publicaciones para la élite artística.

Las noticias informativas pueden usarse en las secciones de actualidad, las obras, los protagonistas y aprendizaje.

Tabla 11 – Diseño de contenidos para las noticias informativas

Posición	Contenidos	Características adicionales
1	Título informativo Ejemplo: Alajuela se llenará de alegría con el Tercer Festival de Cuentos	Título breve y claro que le permita a los lectores comprender de una vez de qué se trata la noticia.
2	Imagen principal Se requiere una fotografía o una imagen para ilustrar la información, procurar que sea la más llamativa y clara pues se presentará en el índice de contenidos de la página de inicio.	La fotografía e imagen debe ser de alta calidad y resolución, superior a 1280 pixeles en la base, para que al ponerla en tamaño original la plantilla pueda adaptarla de forma responsiva al tamaño de pantalla. Debe ser en formato horizontal e incluir el logotipo de "Letras Vivas".
3	Bajadas 1 o 2 párrafos con viñetas que resumen los aspectos más importantes de la noticia.	Las bajadas se resaltarán con un color azul similar al del título, con viñetas de punto y una sangría a la izquierda, entre viñeta y viñeta se dará un espacio. Procurar que no superen las dos líneas.
4	Texto informativo – primera parte Se inicia con el nombre del autor si es una persona o de la institución si la información proviene de un comunicado de prensa. Se continua con 3 párrafos de texto con la técnica de la pirámide invertida.	El nombre del autor o de la institución se resaltan en negrita y con el color azul del título. Luego de un guion inicia el párrafo. Se debe utilizar un vocabulario sencillo pero formal, y se permiten licencias literarias que le den belleza al texto sin caer en el uso de vocabulario complejo.
5	Imagen de apoyo / video / audio Después de los 3 primeros párrafos es necesario incluir un elemento multimedia que puede ser una fotografía, imagen, video o audio incrustados, con su respectiva descripción.	La fotografía o imagen de apoyo debe ser de muy buena calidad, si es posible de igual tamaño que la primera, pero puede presentarse una de menor tamaño si no hay mejor opción. El video y audios incrustados pueden provenir de las fuentes por lo que no siempre se va a poder incorporar el logotipo o la mención. Si es de producción propia es obligatorio colocarlos.
6	Texto informativo – segunda parte En este texto se amplían los detalles de la actividad o del evento, se da información adicional y muchas veces se incorporan citas textuales de los	Se debe utilizar un vocabulario sencillo pero formal, y se permiten licencias literarias que le den belleza al texto sin caer en el uso de vocabulario complejo.

	protagonistas. Se puede agregar un subtítulo.	
7	Imagen de apoyo / video / audio Luego de los segundos 3 párrafos es necesario incluir un elemento multimedia que puede ser una fotografía, imagen, video o audio incrustados, con su respectiva descripción.	Es importante tratar de no repetir el formato de elemento multimedia anterior para brindar variedad al lector, por ejemplo, si en el punto 5 se colocó un audio, ahora se puede aportar un video u otra fotografía.
8	Texto informativo – tercera parte En este texto se amplían los detalles de la actividad o del evento, se da información adicional y muchas veces se incorporan citas textuales de los protagonistas. Se puede agregar un subtítulo. Puede usarse para resumir la información o dar información puntual de la actividad.	Se debe utilizar un vocabulario sencillo pero formal, y se permiten licencias literarias que le den belleza al texto sin caer en el uso de vocabulario complejo. Para ciertas informaciones se puede usar el resaltado de “Citas” de la plataforma, que le cambia ligeramente el formato al texto para llamar la atención.
9	Imagen de apoyo De ser necesario se puede incluir una imagen al final, evitar videos o audios al final para no restarle importancia o sacar de contexto la información que se presenta en esa sección.	La imagen de apoyo puede ser una fotografía adicional de la noticia, un cuadro resumen o una invitación, procurando que el texto se lea correctamente.

Fuente: elaboración propia, Eduardo Bolaños Vargas, septiembre 2022.

-Diseño de contenidos para entrevistas

Las entrevistas son un formato ampliamente usado en las informaciones culturales de literatura, gracias a la apertura que los autores tienen para exponer sus trabajos, y a la necesidad que hay de promocionar las obras para la venta. Usualmente los periodistas se decantan por la entrevista a personalidades importantes de la literatura, pero se propone que la Revista Sobrevuelo pueda también incorporar a escritores, editores, diagramadores e ilustradores no conocidos.

Para las entrevistas es necesario tener en consideración el uso del video o el audio en lugar de textos muy largos que son incómodos de leer en los formatos digitales, por lo que se propone un estilo en el que se presente un resumen de la entrevista, fotografías, unas pocas preguntas seleccionadas e importantes y elementos multimedia.

Tabla 12 – Diseño de contenidos para entrevistas

Posición	Contenidos	Características adicionales
1	Título Se permiten licencias literarias. Ejemplo: José Martín Vázquez, una vida dedicada a las letras.	Título breve y claro que introduzca a la personas que va a ser entrevistada y el tema del que se va a hablar.
2	Imagen principal Se requiere una fotografía o una imagen para ilustrar la información, procurar que sea la más llamativa y clara pues se presentará en el índice de contenidos de la página de inicio.	La fotografía e imagen debe ser de alta calidad y resolución, superior a 1280 pixeles en la base, para que al ponerla en tamaño original la plantilla pueda adaptarla de forma responsiva al tamaño de pantalla. Debe ser en formato horizontal e incluir el logotipo de “Letras Vivas”.
3	Bajadas 1 o 2 párrafos con viñetas que resumen los aspectos más importantes del protagonista de la entrevista.	Las bajadas se resaltarán con un color azul similar al del título, con viñetas de punto y una sangría a la izquierda, entre viñeta y viñeta se dará un espacio. Procurar que no superen las dos líneas.
4	Introducción del protagonista Se inicia con el nombre del periodista. Se continua con 2 párrafos de texto introductorio a la entrevista que se va a presentar.	El nombre del autor se resalta en negrita y con el color azul del título. Luego de un guion inicia el párrafo. Se debe utilizar un vocabulario sencillo pero formal, y se permiten licencias literarias que le den belleza al texto sin caer en el uso de vocabulario complejo.
5	Imagen de apoyo Después de los 2 primeros párrafos es necesario incluir una fotografía e imagen del entrevistado con su respectiva descripción.	La fotografía o imagen de apoyo debe ser de muy buena calidad, si es posible de igual tamaño que la primera, pero puede presentarse una de menor tamaño si no hay mejor opción.
6	Preguntas – primera parte Se transcriben 2 o 3 preguntas importantes de la entrevista con su respectiva respuesta, no se utilizan las respuestas completas si superan los dos párrafos.	Las preguntas deben escribirse con negrita o color azul para diferenciarlas de los textos de las respuestas.
7	Audio o video de la entrevista Luego de las 2 o 3 primeras preguntas se inserta el audio o video completo de la entrevista, llamando la atención para que el público pueda disfrutar del contenido completo en formato audiovisual.	El contenido en video debe estar bien producido y editado con el uso de los logotipos identificadores, en el caso del audio también se debe contar con la mención respectiva a la sección.

8	Preguntas – Segunda parte Se transcriben 2 o 3 preguntas importantes de la entrevista con su respectiva respuesta, no se utilizan las respuestas completas si superan los dos párrafos.	Las preguntas deben escribirse con negrita o color azul para diferenciarlas de los textos de las respuestas.
9	Texto de apoyo Se concluye la entrevista con una referencia biográfica del entrevistado o bien se comparte el vínculo a la obra del entrevistado.	Puede usarse un texto resaltado o de conclusión.

Fuente: elaboración propia, Eduardo Bolaños Vargas, septiembre 2022.

-Diseño de contenidos para reseñas literarias

Las reseñas literarias son el más común de los artículos observados durante la investigación, son útiles para dar a conocer nuevas obras y también a los autores, o bien para presentar una colección de obras sobre un tema en particular o una celebración específica, es importante utilizar este formato de una manera que no sature la vista del lector con textos exageradamente largos e intercalar imágenes en la medida de lo posible.

Tabla 13 – Diseño de contenidos para reseñas

Posición	Contenidos	Características adicionales
1	Título Se permiten licencias literarias. Ejemplo: Libros para enamorarse en el mes de amor.	Título breve y claro que introduzca el tema de la reseña y que invite a seguir leyendo.
2	Imagen principal Se requiere una fotografía o una imagen para ilustrar la información, procurar que sea la más llamativa y clara pues se presentará en el índice de contenidos de la página de inicio. Puede ser la imagen de la portada del libro con el autor, bien trabajado, o bien si se trata de una colección de reseñas entonces se incorpora una imagen ilustrativa.	La fotografía e imagen debe ser de alta calidad y resolución, superior a 1280 pixeles en la base, para que al ponerla en tamaño original la plantilla pueda adaptarla de forma responsiva al tamaño de pantalla. Debe ser en formato horizontal e incluir el logotipo de “Letras Vivas”.
3	Bajadas 1 o 2 párrafos con viñetas que resumen los aspectos más llamativos del libro, del autor o de la colección de reseñas.	Las bajadas se resaltarán con un color azul similar al del título, con viñetas de punto y una sangría a la izquierda, entre viñeta y viñeta se

		dará un espacio. Procurar que no superen las dos líneas.
4	Introducción de la obra o del tema Se inicia con el nombre del periodista. Se continua con 2 párrafos de texto introductorio a la reseña o la colección que se va a presentar.	El nombre del autor se resalta en negrita y con el color azul del título. Luego de un guion inicia el párrafo. Se debe utilizar un vocabulario sencillo pero formal, y se permiten licencias literarias que le den belleza al texto sin caer en el uso de vocabulario complejo.
5	Imagen de apoyo Después de los 2 primeros párrafos es necesario incluir una fotografía e imagen ya sea de la obra, si es una sola o bien de la primera obra a presentar	La fotografía o imagen de apoyo debe ser de muy buena calidad, si es posible de igual tamaño que la primera, pero puede presentarse una de menor tamaño si no hay mejor opción.
6	Sección de reseñas En esta sección es necesario aclarar que si se trata de la reseña de una obra o un autor se deben colocar imágenes de apoyo cada 3 párrafos, tratando de no pasar de 9 párrafos en total. Si se trata de una colección de reseñas se colocan imágenes entre una reseña y otra, que no superen los 3 párrafos por reseña.	Se invita a hacer uso de un vocabulario formal, pero son lenguaje sencillo, se permiten licencias literarias y es muy probable que en algún momento se utilice vocabulario complejo, pero sin que sea lo usual para que el público se pueda apropiar adecuadamente del texto.
7	Conclusión de las reseñas Se cierra la información de las reseñas con un párrafo en el que se resume lo más importante presentado o bien una invitación a la lectura.	Utilizar un vocabulario llamativo, con elementos literarios, agradable y que lleve al lector de la información a buscar la lectura del texto, apoyar al autor o comprar al libro.

Fuente: elaboración propia, Eduardo Bolaños Vargas, septiembre 2022.

-Diseño de contenidos para reportajes y crónicas

Los reportajes y las crónicas también han sido relegadas en las producciones que se estudiaron en el presente documento, es probable que este tipo de formatos no se utilicen mucho en el campo del periodismo cultural de literatura, pero se puede explorar en este sentido, buscando construir producciones audiovisuales complejas.

Debido a la naturaleza específica de los reportajes y las crónicas, la particularidad de la información cultural de literatura y el desarrollo de los materiales multimedia, no es posible sugerir aquí un diseño como los anteriores formatos pero sí algunos de los elementos que se pueden incluir en la publicación:

1- En textos escritos:

- Descripciones amplias, detalladas y con licencias literarias.
- Explicaciones históricas o de contexto.
- Narraciones de hechos, pasados o vividos por el periodista o el protagonista.
- Fragmentos de una obra literaria.
- Fotografías ilustrativas, históricas, o artísticas.
- Imágenes o pinturas.
- Fragmentos de audio o de video.
- Secciones de preguntas y respuestas.

2- En los materiales audiovisuales:

- La identificación de la sección y la revista con el logotipo.
- Imágenes de apoyo visual o sonoro.
- Imágenes o audios de contexto.
- Narración de hechos con *voz en off*.
- Fragmentos de entrevistas.
- Edición al estilo de minidocumentales, donde la explicación del protagonista lleva la historia que se complementa con imágenes.

Como se aconsejó en las secciones anteriores, y de acuerdo a las expectativas de la Comunidad Literaria Costarricense, es importante recalcar el uso de un vocabulario sencillo pero formal. No se recomienda el uso del lenguaje coloquial aunque se entiende que la narración de algún hecho podría llegar a utilizarse en alguna ocasión. También es permitido y recomendado el uso de herramientas literarias, siempre y cuando el reportaje o la crónica no se convierta en un cuento.

-Diseño de contenidos para opinión

Finalmente ubicamos el formato de opinión, que tampoco es muy común en el campo de la cultura y de la literatura, pues tienden a enmarcarse en el formato de ensayo, que en este caso podría catalogarse más como una obra literaria que como una publicación periodística. Sin embargo se incorpora en el presente proyecto porque se encontró al menos un caso entre los textos estudiados, y podría trabajarse sin problemas en esta sección.

Los artículos de opinión en literatura podrían tocar temas como por ejemplo, la experiencia en la Feria Internacional del Libro, la percepción de una obra, el análisis personal del periodista o el colaborador con respecto a la situación económica actual y la afectación al mercado literario, entre otros.

Tabla 14 – Diseño de contenidos para opiniones

Posición	Contenidos	Características adicionales
1	Título Se permiten licencias literarias. Ejemplo: La virtualidad y el neo-analfabetismo, una nueva era oscura.	Título breve y claro que introduzca el tema de la opinión, en el título se plantea que es una opinión de un colaborador y no un hecho noticioso. Pueden extenderse hasta dos líneas
2	Imagen principal Se requiere una fotografía o una imagen para ilustrar la información, procurar que sea la más llamativa y clara pues se presentará en el índice de contenidos de la página de inicio. Es necesario incluir una imagen para que la plantilla pueda presentarla en la página principal, puede ser de carácter ilustrativo, o bien una fotografía artística de la persona que escribe la opinión.	La fotografía e imagen debe ser de alta calidad y resolución, superior a 1280 pixeles en la base, para que al ponerla en tamaño original la plantilla pueda adaptarla de forma responsiva al tamaño de pantalla. Debe ser en formato horizontal e incluir el logotipo de “Letras Vivas”.
3	Breve presentación del colaborador. Para ubicar al lector es importante decir las cualidades del periodista o colaborador que redactó el artículo de opinión, incluir el aviso de que son opiniones personales y no del medio (puede ir al final).	El uso del vocabulario para esta sección queda a libertad del escritor, aunque nuevamente se vuelve a recomendar un vocabulario formal pero sencillo, para evitar que sea considerada una sección de élite. Procurar que el texto no supere los 10 párrafos, respetando la creatividad del autor.

5	<p>Imagen de apoyo Es recomendable utilizar una imagen de apoyo en medio del artículo de opinión para refrescar la vista, pero también se pueden ensayar otras opciones que complementen el material de la sección como videos en YouTube o audios incrustados (la revista usa el servicio gratuito e ilimitado Audiomack para este fin).</p>	<p>La fotografía o imagen de apoyo debe ser de muy buena calidad, si es posible de igual tamaño que la primera, pero puede presentarse una de menor tamaño si no hay mejor opción.</p>
6	<p>Texto del artículo de opinión Procurar que si se trata de un artículo de opinión no sea más largo de 9 párrafos cortos (4 líneas lo más).</p> <p>Si se trata de un ensayo no es posible limitar la cantidad de espacio que pueda ocupar pero es importante aclarar en el inicio de la nota o en el mismo título que es una creación completa.</p>	<p>No hay limitaciones en cuanto al tipo de vocabulario o estilo en estos formatos, aunque se recomienda no utilizar un vocabulario soez.</p> <p>Es importante que quede claro que son las opiniones de los colaboradores y no del medio.</p>

Fuente: elaboración propia, Eduardo Bolaños Vargas, septiembre 2022.

6.4 Etapas de desarrollo de la sección

Una vez que todos los detalles de la sección han sido abordados, es necesario establecer un procedimiento de ejecución del proyecto, en el cual se puedan establecer las secciones y los estilos aquí presentados en materiales reales para empezar a publicar, evaluación de las publicaciones y seguimiento del proyecto.

Para tal fin se va a contar con las siguientes etapas, de modo que la ejecución del proyecto se pueda lograr de una manera adecuada.

1- Implementación de secciones (mensaje inicial y menús)

Esta primera etapa es fundamental para poder generar contenidos, ya que las secciones en la plataforma de Blogger se consiguen mediante la generación de etiquetas y de páginas, por lo que es indispensable comenzar generando un mensaje inicial en el que da la bienvenida a la sección, con el correspondiente logotipo y se establezcan las etiquetas: Actualidad Literaria, Las Obras, Protagonistas, Letras Libres y Aprendizaje.

Una vez que esta publicación de bienvenida haya sido elaborada, es necesario agregar la sección y subsecciones al menú superior, ordenándolo de forma que quede como se observa en la Figura 11.

Es importante crear un mensaje inicial en video y en audio, de la forma que ha sido descrita previamente, para poder insertarlos dentro del mensaje de bienvenida, que también servirá de presentación a la Comunidad Literaria Costarricense.

Tiempo estimado para la ejecución de esta acción: 1 semana, con la producción del video.

2- Actualización de fuentes de información

Aunque el público y las fuentes de información están bien definidos, es necesario crear una base de datos con los correos electrónicos de las instituciones que se enlistan en la sección 6.2.3 (Biblioteca Nacional, Ministerio de Cultura, etc.), presentando la nueva sección de la revista, como un espacio para la divulgación de la información cultural de literatura.

Para esta labor es importante averiguar los nombres de las personas encargadas de las oficinas de prensa, correos, teléfonos y buscar ser agregados en las bases de datos como medios de comunicación. En este sentido es necesario crear un mensaje de correo electrónico solicitando ser agregados como medio de comunicación, o bien realizar las llamadas telefónicas para tal fin.

Tiempo estimado para la ejecución de esta acción: 2 semanas, puede realizarse de manera paralela al punto anterior y continuarse posteriormente conforme vaya creciendo el medio.

3- Presentación a la Comunidad Literaria Costarricense

Una vez generadas las secciones y actualizadas las fuentes de información, se debe hacer una presentación formal a la Comunidad Literaria Costarricense, con la intención de que puedan participar de la forma más activa posible, tanto como fuentes de información, lectores, divulgadores de las informaciones y generadores de opinión.

Para lograr esta meta se proponen cuatro acciones: Primero, se propone una publicación en los grupos de Facebook de la Comunidad Literaria Costarricense, con la dirección URL correspondiente y una imagen donde se coloque el logo de la sección y de la

revista, además de los datos de contacto para que las personas puedan enviar sus colaboraciones, comunicados de prensa o avisos de eventos literarios en los que participen.

En segundo lugar, es importante compartir las redes sociales de la revista, en los mencionados grupos, para que los participantes se suscriban y se motiven a comentar y compartir contenidos, por medio de distintos afiches de imágenes que se publiquen en los grupos de la comunidad y en las redes sociales de la revista.

En tercera instancia, es necesario que se refuerce esta información con un video corto (previamente elaborado en el primer paso) que sea apto para todas las plataformas de redes sociales y los grupos de Facebook, con las características antes detalladas, pero que resuma la información explicada en la presentación a la Comunidad Literaria, las redes sociales y la invitación a participar.

Finalmente, se habilitará un formulario de participación para los miembros de la Comunidad Literaria en la que se pretende recoger datos como correos electrónicos, teléfonos para el posterior envío de boletines de noticias de literatura y actividades, e invitación a participar en la sección de la revista. El boletín de noticias es una sugerencia que se puede llevar a cabo de posteriormente, cuando se cuente con suficiente material publicado. También la revista cuenta con un sistema de suscripción de correo electrónico, en el cual las personas pueden recibir actualizaciones periódicas de las publicaciones que se realizan.

Tiempo estimado para la realización de esta acción: 2 semanas, debe realizarse paralelamente al paso 4, pero es necesario ya haber concluido el paso 1.

4- Publicación de las primeras informaciones en cada sub-sección.

Las primeras publicaciones de la sección de literatura y de cada subsección se pueden empezar desde que se cuente con información adecuada, es importante que los participantes que visiten el sitio puedan apreciar los temas que se están trabajando y las publicaciones realizadas.

Sin embargo, esta labor periodística se hará más fácil en el momento que se tengan las fuentes de información actualizadas y la comunidad informada. Es bueno contar con al menos dos publicaciones por sección, elaboradas de forma simultánea con los procesos anteriores, para ir generando contenido, pero se entiende que es contenido que se irá generando conforme se pueda dar a conocer el sitio.

Tiempo de ejecución de esta acción: 4 semanas para contar con los primeros contenidos, trabajando de manera paralela al paso 3, las acciones periodísticas de generación de contenido se extienden de forma continua una vez que comiencen a elaborarse materiales.

5- Evaluación de los primeros contenidos y funcionamiento de la sección.

Es buena costumbre en todo proceso de comunicación evaluar las gestiones que se están llevando a cabo, para valorar si se está cumpliendo con el objetivo, que en este caso es el de satisfacer las necesidades de la Comunidad Literaria Costarricense, en función al acceso a un medio de comunicación que le permita publicar contenido cultural de literatura.

Se debe evaluar el trabajo realizado una vez que se hayan cumplido los requisitos anteriores, y esperar al menos 3 meses para tener suficiente contenido, fuentes informativas y colaboradores. En este sentido se propone evaluar:

- Uso de los diferentes formatos periodísticos.
- Creación de contenidos multimedia para las informaciones.
- Uso del vocabulario formal y sencillo.
- Aceptación de la Comunidad Literaria Costarricense.
- Uso de las redes sociales.
- Creación de contenido propio para redes sociales y secciones programadas en las mismas.

Tiempo estimado de ejecución de esta acción: 2 meses es análisis después de los 3 primeros meses de ejecución del medio.

6- Correcciones de los errores encontrados en la evaluación.

Una vez que se haya llevado a cabo el proceso de evaluación se elaborará un plan de remediación o corrección de los errores para poder mejorar. Ya sea crear distintos contenidos, usar formatos diferentes, experimentar con más contenidos multimedia, crear más contenidos para las redes sociales.

O bien puede ser necesario reforzar la comunicación con el público esperado, las fuentes de información o los colaboradores.

También se recomienda establecer un proceso de evaluación al menos cada 6 meses, para buscar opciones de mejora y crecimiento de la revista y la sección en particular.

Tiempo de ejecución de esta acción: dependiendo de la complejidad de las observaciones podría tomarse varios meses hacer las correcciones necesarias.

6.5 Estrategias de divulgación en redes sociales

De acuerdo a lo estudiado en la sección 2.3 del Marco Teórico, todo producto comunicativo se encuentra influenciado por una estructura de mercado, de esta manera, los modelos de negocio que se puedan aplicar para el medio de comunicación podrían eventualmente tener influencia en los contenidos informativos según la teoría de la Agenda-Setting. Al momento del estudio la Revista Sobrevuelo es un medio de comunicación gratuito que no cuenta con espacios publicitarios pagados, pero el modelo de negocio podría eventualmente cambiar incorporando publicidad y publirreportajes, es decir, generar financiamiento por medio de la venta de espacios publicitarios, patrocinio de secciones o bien publirreportajes de libros, actividades o artistas.

De igual manera, se estudió en el apartado 2.3.2 el impacto de las redes sociales sobre todos los contenidos de comunicación, mismas que con una dinámica sumamente cambiante, han logrado captar la atención de las audiencias de manera tal que se han convertido en la puerta de entrada a la información, a veces ciertamente la única fuente de acceso de información de muchas personas.

Es por esto que el desarrollo de una buena estrategia de comunicación en redes sociales daría mayor visibilidad a las publicaciones, aumentaría el alcance del medio de comunicación y sería un pilar para promocionar este tipo de publicaciones como un formato diferente al resto de las publicaciones realizadas en los medios de comunicación, en particular los medios de comunicación cultural.

6.5.1 Creación de formatos para publicar en las redes sociales

Gracias al estudio de los medios de comunicación internacionales, se pudo comprender la importancia de una adecuada planificación para redes sociales, sin embargo, solo CoolIT

tuvo el cuidado de generar contenido diferenciado en redes sociales, de una forma creativa, original y que le permite contar con mayor interacción.

Figura 20 – Publicación de CoolT en Instagram



Fuente: Elaboración CoolT, 5 de setiembre, 2022.

En la Figura 20 se observa la captura de una publicación de Instagram, de uno de los artículos del sitio. En la misma se observa un trabajo muy diferente al común de las publicaciones de los medios de comunicación que usualmente es solo la imagen y a veces el logotipo. En este caso, se muestra la imagen principal con los identificadores del sitio, el título, una bajada de la información y el autor. Este mismo arte se encontró también en Facebook y el Twitter.

Gracias a este tipo de contenidos, el lector que usualmente no entra al sitio web para leer los textos con mayor detalle, puede enterarse de forma superficial de lo que se quiere

publicar, pero el diseño además genera una expectativa por ver qué es lo que propone el texto, el título y la imagen sugerente.

Figura 21 – Diseño de formato de publicaciones para redes sociales



Fuente: Elaboración propia, Eduardo Bolaños Vargas, septiembre 2022.

Es así como se presenta la Figura 21 con una propuesta de diseño que puede ser publicada en las redes sociales (principalmente Facebook, Twitter, Instagram) y que incorpora elementos observados en la Figura 20, como lo son los logotipos identificadores, la imagen principal, el titular y un resumen de la información, casi como un primer párrafo informativo.

A esto hay que agregar que en el texto de la publicación, lo que se conoce como *caption*, se debe incluir un resumen distinto y llamativo de lo que se puede incluir en el texto así como el vínculo al sitio web y los hashtags correspondientes.

Hay que tener claro que en la normalidad del trabajo de un medio de comunicación sería sumamente complejo realizar un diseño para redes sociales de todas las publicaciones, a menos que se cuente con una persona dedicada a tal fin. Es por esta razón que se propone, de manera realista, que solamente las publicaciones de Letras Vivas lleven este estilo de diseño, pudiendo así diferenciarlas del resto de publicaciones de la revista.

En la medida de lo posible, también se debe utilizar el diseño para las publicaciones en Pinterest, Telegram o Tumblr, donde también se comparten los contenidos de la revista. Otro aspecto a tomar en consideración es que se sugiere como una buena práctica que cada red social se trabaje de una forma distinta; pero también se entiende que un medio que es administrado por 1 o 2 personas no puede disponer de la cantidad de tiempo adecuada para lograrlo, aunque se pueden tener ciertas consideraciones en la forma que se redactan los textos en cada una de las redes.

6.5.2 Creación de miniaturas para YouTube y Podcasts

En el entendido de que se busca crear una solución innovadora para la sección cultural de contenidos de literatura, es necesario entender la prioridad que tienen los contenidos audiovisuales en la sociedad actual, es por eso que una de las principales propuestas es la utilización de los espacios de la revista en las plataformas YouTube (video) y Spotify (audio). Pero también es importante atender a las necesidades específicas de estas plataformas, en cuanto a tamaño, calidad de publicaciones y cumplimiento de los requisitos técnicos que estas exigen. Una de las sugerencias de las mismas plataformas es la utilización de miniaturas de presentación. Estas imágenes son las que se muestran a los visitantes cuando ingresan a la página, y son las que invitan a que las personas vean o escuchen el contenido.

Figura 22 – Diseño de miniaturas para YouTube y Spotify



Fuente: elaboración propia, Eduardo Bolaños Vargas, septiembre 2022.

Las miniaturas para YouTube y Spotify tienen elementos muy particulares a tomar en cuenta, y que se incluyeron en la Figura 22:

-Se muestran en un tamaño pequeño pero tienen que llamar la atención de forma inmediata, por eso se incorporó el color amarillo que no es muy usual en las redes sociales.

-Debe contar con un texto corto y muy claro de lo que se va a encontrar en el video, con letras grandes y llamativas. Por eso en el ejemplo se resume al máximo el tema y se utiliza la misma tipografía de la palabra “Letras” del logotipo, en color negro que remite a los textos impresos.

-Debe tener una proporción adecuada según solicitan las plataformas. Es probable que la figura anterior deba acortarse en la proporción original y hacerla más cuadrada para Spotify, aspecto que hay que valorar en el momento de la publicación, mientras que en YouTube hay que tener el cuidado de colocarla en el momento en que se está subiendo el video.

-Se debe contar con el elemento humano, es decir, que la fotografía debe mostrar alguna persona, de preferencia el protagonista de la publicación.

6.5.3 Estrategias para divulgación de contenidos publicados

Tomando en consideración todas las características anteriormente establecidas corresponde ahora establecer la estrategia para la publicación.

Esta es una revista que no publica periódicamente en un tiempo determinado, sino que lo hace conforme se generan los contenidos, situación que se mantendrá para la sección propuesta “Letras Vivas”. Esto brinda la oportunidad de que los contenidos puedan ser

divulgados por las redes con más frecuencia y no en una única oportunidad cada cierto tiempo. Es decir, no se promociona una publicación general una vez al mes, sino que la publicación lleva individualmente su presencia en redes una vez generada.

La propuesta es entonces que con la elaboración de la información (cualquiera que sea la sección) se elabore el diseño para redes sociales, para que una vez que se publique la información en el sitio web se comparta en las redes sociales. Para lograrlo se propone el uso de la aplicación Buffer u otro similar, que permite administrar redes sociales.

Se puede escoger una hora pico de lectura de redes sociales como medio día o la noche, o bien en el momento en que es publicado (mientras no sea en la madrugada o en las primeras horas de la mañana, donde las redes tienen poca audiencia).

Después de la publicación en Facebook, Twitter e Instagram (que son las redes donde la revista tiene más seguidores) se procede a hacer la invitación en el canal de Telegram, Pinterest y Tumblr.

Las publicaciones deben contar con una breve descripción muy llamativa del texto, que no sea solamente el título, los hashtags de acuerdo a los contenidos, el vínculo al sitio web y también la motivación para comentar y compartir la publicación, puesto que las redes son los lugares más utilizados para la interacción con el medio.

Los viernes en la noche se hará un resumen de las publicaciones de la semana en las redes sociales, solamente para la sección de Letras Vivas, con una publicación que tenga los títulos y los vínculos a las informaciones más recientes, con el fin de generar lecturas y visitas en personas que no vieron la publicación original. Se pueden volver a compartir las publicaciones en Facebook y Twitter, no en Instagram para que no se vea la repetición en el perfil, siendo que Instagram no permite vínculos activos.

6.5.4 Estrategias para la creación de contenidos propios para redes sociales

Una de las propuestas innovadoras que realizaron los miembros de la Comunidad Literaria Costarricense en el cuestionario que se ejecutó, se refiere a la posibilidad de generar contenido propio y específico de redes sociales, que no necesariamente tiene reflejo en la página web y que puede generar mucho tráfico a las propias redes.

Se consideró que la propuesta es muy beneficiosa para la revista y la sección en particular, además de tratarse de una idea innovadora que no se logró observar en ninguno de los medios nacionales o internacionales estudiados.

Los contenidos generados exclusivamente para redes sociales se refieren principalmente a transmisiones en vivo (en las plataformas que lo permitan) ya sean de actividades en las que se participe; o de conversatorios y entrevistas programadas.

Se propone entonces la siguiente estrategia: Si se van a visitar actividades como ferias del libro o presentaciones de libros, donde puedan hacerse recorridos en vivo o entrevistas cortas se usarían las capacidades de transmisión en vivo de Instagram o en Facebook Live, pudiendo compartir luego la publicación en las otras redes sociales.

En el caso de transmisiones que son programadas, con entrevistas en vivo que permitan la participación del público con las preguntas se debe dar prioridad a Facebook Live o YouTube, por las facilidades del chat, para asegurar mejor calidad en el video y la transmisión y también para poder contar eventualmente con el video subido en la plataforma.

Depende de las capacidades tecnológicas que se tengan en el momento, y la velocidad de la conexión, podría pensarse en utilizar aplicaciones que transmitan por los dos canales al mismo tiempo pero también es importante tomar en consideración que la Comunidad Literaria Costarricense se comunica principalmente a través de los grupos de Facebook, o al menos de forma organizada por esta red.

Para estas transmisiones en vivo programadas es necesario tener en cuenta que se deben avisar al menos con una semana de tiempo y promocionarlas en los grupos con frecuencia invitando a apoyar a la persona que participe, así como generar algunas promociones para los que interactúen, como por ejemplo regalos de libros, espacios publicitarios gratuitos, etc.

6.5.5 Estrategias de promoción no pagada

Las redes sociales son una herramienta poderosa para la divulgación de los contenidos, sin embargo al principio su alcance puede ser limitado por el algoritmo y en muchas ocasiones no se cuenta con presupuesto para potenciarlas pagando a la red para que las promocióne y las muestre con frecuencia. En este caso se debe acudir a otras formas de promoción de las propias redes sociales como son las siguientes:

Para promocionar las redes sociales, la revista y la sección de forma gratuita se deben elaborar una serie de afiches que contengan los vínculos a cada una de las redes, y compartirlos una vez a la semana, o una vez cada dos semanas, invitando a seguir, compartir y comentar las publicaciones.

En segunda instancia, es importante hacer un trabajo de seguimiento de instituciones, personajes y empresas interesadas en cada una de las redes. Esto significa que si nos interesa llegar al mundo de las editoriales hay que buscar los perfiles de todas las editoriales posibles y seguirlos en las redes sociales, es probable que estas empresas devuelvan la cortesía al ver que se trata de un tema de interés.

En un tercer momento se puede buscar el apoyo de personas influenciadoras que tengan a bien compartir los contenidos e invitar a sus contactos a seguir las redes de la revista, pero no se trataría de influenciadores por fama sino por reconocimiento, por ejemplo, un autor reconocido que se puede contactar, que valore positivamente el trabajo de la revista y que esté de acuerdo en compartir el contenido sin remuneración, sino por interés propio. Las mismas personas que respondieron a este cuestionario podrían verse motivadas a compartir e invitar a seguir si ven que esta propuesta satisface sus necesidades.

6.5.6 Estrategias de publicación pagada

Finalmente, es importante tomar en consideración la oportunidad de invertir recursos económicos en la promoción pagada de las redes sociales, en particular de las que pueden ser más utilizadas para este proyecto en particular como lo son Instagram y Facebook.

La ventaja de estas inversiones es que por un costo relativamente pequeño se pueden alcanzar cantidades considerables de personas. Con la propia experiencia del autor, en otros trabajos, invirtiendo \$20 o \$30 a lo largo de 10 días, se han logrado cerca de 30 mil impresiones del anuncio y cientos de seguidores nuevos.

Esto no implica que los nuevos seguidores sean muy activos o interesados en la propuesta, pero es una oportunidad importante y válida de ampliar el rango de visibilidad y alcance del medio de comunicación, por lo que la estrategia se puede efectuar de la siguiente manera:

- 1- Inversión de \$50 en Facebook – Instagram para promocionar el seguimiento de las redes de forma general (a lo largo de una semana para generar más impactos por día por la mayor inversión).
- 2- Inversión de \$20 durante una semana en Facebook para promocionar el sitio web, aprovechando que esta red social tiene una característica publicitaria específica para dirigir a los lectores al sitio web.
- 3- Inversión de \$30 en Google Ads para dirigir a los lectores a la revista y YouTube.
- 4- Inversión continua de \$5 a la semana para una o dos publicaciones de la sección de Letras Vivas, con la intención de mantener un flujo constante de visitas e interacciones.

Por otro lado es importante contar con otras promociones que no necesariamente significan un pago directo a la plataforma sino más bien el uso de recursos para la promoción en redes, como es el caso de la realización de concursos. Se pueden conseguir premios donados o regalados que puedan servir de incentivo para generar rifas en las redes, logrando así más interacción. Este es el caso del nuevo libro que algún autor esté promocionando y que se pueda rifar en una de estas promociones, o bien la posibilidad de ganar un espacio de publlirreportaje con video en todos los espacios de comunicación de la revista, a cambio de que compartan el enlace a las redes.

Estas son acciones que se ven continuamente en día a día de las redes sociales y las empresas, por lo que los públicos están acostumbrados a participar. Son más usuales con productos tangibles como ropa, cenas o paseos, pero se pueden aplicar también a la comunidad que se quiere apoyar.

6.6 Conclusiones generales para la elaboración del proyecto Letras Vivas

En este capítulo se han detallado una serie de consideraciones que nacieron del estudio de las necesidades de la Comunidad Literaria Costarricense, que se comunica por grupos de Facebook ante el poco acceso que tienen a los medios de comunicación y la poca oferta de espacios culturales en los mismos.

Letras Vivas en la Revista Sobrevuelo (www.revistasobrevuelo.com) viene a ser la respuesta que se genera a modo de una sección de la revista ya existente, con una propuesta

diferente a lo que se ha trabajado en el periodismo cultural costarricense hasta la actualidad, que es considerado por muchos como complejo, muy formal, considerado como cultura de élite o poco interesante.

Tal vez no todos los contenidos o medios culturales que han surgido y desaparecido en el país, son como los describen las personas a quienes se dirigió la investigación, pero lo cierto es que los espacios culturales en los medios se han reducido dramáticamente, probablemente por el poco interés que generan para las industrias de la comunicación.

Los medios que sobreviven siguen dando una lucha y se han tenido que transformar para que otros contenidos los sostengan (como el caso de CulturaCR) o bien están amparados por organizaciones que los mantienen por un interés auténtico en la divulgación cultural (Semanario Universidad o la Cámara Costarricense del Libro).

Una nueva opción en el periodismo cultural de literatura no puede verse como una competencia de nadie, sino más bien como una posibilidad más que abre las puertas a nuevas oportunidades de promoción y divulgación del arte literario que no ha dejado de crecer en el país y que es parte importante de las manifestaciones culturales de un pueblo.

Es por todas estas razones, y por las características descritas que se propone un medio innovador, que toma las buenas prácticas de los medios nacionales estudiados, que se apropia de las tendencias de los medios internacionales, y desarrolla una propuesta única, en la que se combina un lenguaje sencillo y formal, pero accesible -característica del buen periodismo informativo-, con la apropiación de herramientas literarias y el uso intensivo de materiales multimedia en las publicaciones.

Se complementa esta propuesta con un plan de divulgación y promoción en el público de la comunidad, para que sean los propios creadores del arte, quienes se sientan libres de colaborar y entrar en contacto directo con el medio. Y no se puede dejar de lado las estrategias para el uso de las redes sociales más allá de solamente publicar los contenidos en las mismas, sino también generando comunicaciones propias y específicas para la mejor interacción del público.

Con este proyecto se pretende realizar un aporte a la divulgación de la cultura nacional, pero más aún, un aporte importante al periodismo costarricense, brindando una experiencia novedosa en el tratamiento de los contenidos culturales por medio de un medio digital y sus alcances en plataformas sociales.

6.7 Reflexiones del proceso

Al concluir el presente TFG se queda con la satisfacción de haber logrado el cumplimiento total de los objetivos, superando las expectativas con respecto a lo que se esperaba lograr en el planteamiento del proyecto, pues se pudo agregar también una serie de propuestas gráficas realistas de cómo se vería implementada la idea en el sitio web.

Con respecto a los objetivos planteados, se logró la investigación en las tres metodologías de la forma esperada, es decir: el cuestionario a la Comunidad Literaria Costarricense, las entrevistas a las personas expertas y finalmente el análisis de los artículos seleccionados, con lo que se obtuvo información suficiente para determinar cuáles son las necesidades de comunicación de literatura al momento del estudio, lo que se ha hecho en los medios informativos y cuáles son las mejores prácticas y tendencias de la actualidad.

Finalmente, gracias al análisis de los elementos, se contó con el material suficiente para hacer la propuesta que se desarrolla en el capítulo final de este documento, y que puede ser aplicada no solo por la Revista Sobrevuelo, sino también por otros emprendimientos de comunicación cultural.

El proceso de trabajo del presente TFG sufrió contratiempos propios de un tiempo difícil como lo fue la pandemia de Covid19, aunque es importante indicar que fue precisamente el tiempo de reclusión y virtualidad lo que permitió al sustentante retomar los cursos necesarios y comenzar el proceso de producción del presente documento.

Sin embargo, los efectos que tuvo la pandemia en el lugar de trabajo del sustentante en términos de economía y saturación de trabajo, así como el cansancio acumulado a nivel personal; causaron un atraso en el tiempo de las investigaciones y los análisis, extendiéndose más de lo estimado en el cronograma original.

La virtualidad de todos los procesos de la investigación generaron un mayor acceso a la información, tanto de las investigaciones base de los capítulos iniciales, como las publicaciones en los medios de comunicación o las propias entrevistas con los expertos. Pero también se experimentaron limitaciones de tener menor contacto del esperado con la Comunidad Literaria Costarricense, porque son grupos acostumbrados a participar en actividades presenciales (como ferias de literatura o presentaciones, por ejemplo) que se reactivaron hasta después de que se hubieran realizado las investigaciones, por lo que se logró una respuesta más baja de la estimada, pero que no afectó los resultados de la investigación.

Por motivos personales, la experiencia del sustentante tuvo un corte entre el 2006, tiempo en que terminó la mayoría de los estudios de licenciatura, y finales del 2020 en que retomó los cursos faltantes y el consiguiente TFG, y a lo largo del tiempo ha podido ver una evolución muy positiva de la Escuela de Ciencias de la Comunicación Colectiva, en términos de actualización del aprendizaje, apropiación de las tecnologías y uso de metodologías de enseñanza e investigación modernas, lo que demuestra -sin duda- que es una Escuela con la capacidad de autoevaluarse y mejorar constantemente de forma positiva, aprovechándose de la innovación de un equipo docente altamente capacitado y con gran experiencia en investigación.

También se contó con la grata oportunidad de poder crear esta investigación utilizando un emprendimiento de comunicación propio, como lo es la Revista Digital Sobrevuelo, en donde se han aplicado los conocimientos en periodismo aprendidos en la Escuela desde el inicio de mis estudios en el año 2000, pero que ahora son fortalecidos por la propuesta de incorporación de una sección de periodismo cultural de literatura cuyas bases están establecidas mediante una investigación profunda y bien fundamentada, con una propuesta innovadora, que es de beneficio para la Revista y para futuros emprendimientos de comunicación cultural.

Como recomendación para la Escuela de Ciencias de la Comunicación Colectiva, y en particular para el programa de Licenciatura, es importante aprovecharse de las ventajas de

conocimiento de uso de las nuevas tecnologías de la información, que caracterizan a esta Escuela, para hacer un aprovechamiento avanzado de la virtualidad en la docencia, la investigación y la innovación; con experiencias que se desarrollaron antes de la pandemia pero que tuvieron su auge en esta época crucial, quedándose disponibles en adelante.

Finalmente, para los estudiantes de licenciatura o investigadores en el tema de la comunicación cultural, es necesario tener en cuenta que se trata de un tema que ha quedado relegado de muchas maneras. No solo se cuentan con pocas investigaciones académicas nacionales, sino que también se percibe una disminución de los espacios culturales en los medios de comunicación, siendo estos sustituidos por informaciones de farándula o de otros temas que puedan resultar más lucrativos para los medios de comunicación.

En futuros trabajos similares es importante resaltar la necesidad de crear nuevos espacios culturales en los medios de comunicación, que puedan dirigirse a públicos diversos, desde los especializados y creadores de cultura, hasta los públicos más amplios que quieren ver en esas publicaciones un reflejo de la sociedad.

Referencias

- Álvarez, E. (2015). El lenguaje periodístico cultural: nuevas plataformas, nuevos paradigmas. *Ogigia, Revista electrónica de estudios hispánicos* (17) 55-67
<http://uvadoc.uva.es/handle/10324/37589>
- Araya, C. (2009). Radio estudiantil: programas, audiencias y desafíos. *Revista Reflexiones* (8) 37-44 <http://hdl.handle.net/10669/28334>
- Arias, A. (2014). *Diseño de una Ciberradio para la Casa de las Artes Literarias Carmen Naranjo*. (Trabajo Final de Graduación de Licenciatura). Universidad de Costa Rica. Costa Rica. <http://repositorio.sibdi.ucr.ac.cr:8080/jspui/handle/123456789/2366>
- Arias-Robles, F. (2014). La credibilidad de los contenidos informativos en Internet para los 'nativos digitales': estudio de caso. *Palabra Clave*, 17(3), 875-894. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=649/64931834012>
- Arráez, R., Jensen, E. y Pascual, C. (2014). Periodismo cultural en la postmodernidad. *Historia Y Comunicación Social*, (19) 49-61. https://doi.org/10.5209/rev_HICS.2014.v19.45107
- Aruguete, N. (2009). Estableciendo la agenda. Los orígenes y la evolución de la teoría de la Agenda Setting. *Ecos de la comunicación* 2(2) <https://repositorio.uca.edu.ar/handle/123456789/7119>
- Aruguete, N. (2017). Agenda setting y framing: un debate teórico inconcluso. *Asociación Latinoamericana de Investigadores en Campañas Electorales; Más Poder Local* 30 (1) 36-42 <https://ri.conicet.gov.ar/handle/11336/68048>
- Báez, E. (2013). *Modelo de negocio para medios digitales de periodismo cultural en Costa Rica*. (Trabajo Final de Graduación de Maestría). Universidad Estatal a Distancia. Costa Rica. <http://repositorio.uned.ac.cr/reuned/handle/120809/1165>
- Barrios, S., González, J., Montero, D. y Sanjuán, M. (2019). *Análisis de los modelos de producción de contenido de cuatro medios digitales de periodismo cultural en Cartagena de Indias*. (Tesis en Comunicación Social). Universidad de Cartagena, Colombia. <http://hdl.handle.net/11227/10100>
- Bernal, C. (2010). Metodología de la investigación. Pearson.

- Bianchi, C. (2014). *Webperiodismo cultural. El caso REPLAY*. (Tesina de grado para la Licenciatura en Comunicación Social). Universidad Nacional de Rosario. Argentina. <http://hdl.handle.net/2133/5314>
- Carazo, C. (2020). "Agenda-setting" en la era digital: medios, candidatos y ciudadanía en Facebook. El caso de la elección presidencial en Costa Rica (2018). (Tesis de doctorado en sociología) Universidad Nacional de Educación a Distancia. España. <http://e-spacio.uned.es/fez/view/tesisuned:ED-Pg-SocCamSoc-Ccarazo>
- Chaman, C. (2017). *Variedades digital*. Proyecto para el diseño, desarrollo y lanzamiento de una versión digital del suplemento cultural Variedades del Diario Oficial El Peruano. (Tesis para optar el grado académico de Magister en Comunicaciones). Pontificia Universidad Católica del Perú. Perú. <http://hdl.handle.net/20.500.12404/9881>
- Cortés, J. y García, J. (2012). Relaciones entre periodismo y literatura. Fusión sin confusión. *Pangea: Revista de la Red Académica Iberoamericana de Comunicación* (3) 39-50 <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4005124>
- Cruz, P. y Rosero, S. (2013). El periodismo cultural en la prensa escrita y la televisión del Ecuador. *ComHumanitas: Revista Científica de Comunicación*, 3(1), 183-195. <http://www.comhumanitas.org/index.php/comhumanitas/article/view/11>
- Dirección General de Cultura (s.f.) *Revista Literofilia*. <https://www.dircultura.go.cr/premios-nacionales/comunicacion-cultural/2017/revista-literofilia>
- Díaz, D. (2019). Guido Sáenz: atisbos a una vida. *Áncora, La Nación*. Costa Rica.
- Gaviria, M. y Velásquez, M. (2015). Características del proceso de producción de información cultural en los periódicos La Patria, los Viernes y El Tiempo, los lunes, durante noviembre de 2013, enero y febrero de 2014. (Proyecto de Investigación) Universidad de Manizales. <https://ridum.umanizales.edu.co/xmlui/bitstream/handle/20.500.12746/2569/Investigaci%C3%B3n%20Periodismo%20Cultural%202015.pdf?sequence=2&isAllowed=y>
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación*. McGraw Hill.
- Iglesias, M. y González, C. (2012). Radiografía del consumo de medios de comunicación en estudiantes universitarios. *ICONO 14, Revista de comunicación y tecnologías*

<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=5525/552556579007>

Jiménez, V. (2015). Representaciones sociales del arte y la cultura por parte de profesionales del periodismo vinculados con el ejercicio periodístico cultural en La Nación, Semanario Universidad y RedCultura.com. (Trabajo Final de Graduación de Licenciatura). Universidad de Costa Rica. Costa Rica. <http://repositorio.sibdi.ucr.ac.cr:8080/jspui/handle/123456789/7290>

La Nación (Costa Rica). (2022). *Wikipedia, La enciclopedia libre* [https://es.wikipedia.org/w/index.php?title=La_Naci%C3%B3n_\(Costa_Rica\)&oldid=146054873](https://es.wikipedia.org/w/index.php?title=La_Naci%C3%B3n_(Costa_Rica)&oldid=146054873).

Lizano, A. (2008). *Alicia en el país de los mundos posibles: la pluma cultural a través del espejo* Construcción del temario cultural de Viva (La Nación), Abanico (La Prensa Libre) y Magazine (La República) entre febrero del 2004 y febrero del 2005. (Trabajo Final de Graduación de Licenciatura). Universidad de Costa Rica. Costa Rica.

Proaño, R. y Resabala, G. (2018). Periodismo cultural y web 2.0: La radio online Casa de la Cultura ecuatoriana, una experiencia de periodismo cultural en la web 2.0 (Proyecto de Investigación para graduación en Comunicación Social). Universidad Central del Ecuador. Ecuador. <http://www.dspace.uce.edu.ec/handle/25000/14340>

Mendez, M., Peñaranda, O. y Rojas, K. (2018). *Diseño de una revista digital que visibilice la diversidad cultural de la ciudad de Cartagena de Indias*. (Tesis de Comunicación Social). Universidad de Cartagena. Colombia. <http://hdl.handle.net/11227/6813>

Montero, J. (2016). *La radio revista como elemento democratizador de la gestión de la cultura*. (Trabajo Final de Graduación de Licenciatura). Universidad de Costa Rica. Costa Rica. <http://repositorio.sibdi.ucr.ac.cr:8080/jspui/handle/123456789/6502>

Mora, C. (2017). *Migración, adaptación y estado actual del periodismo literario multimedia en Costa Rica* (Trabajo Final de Graduación de Licenciatura). Universidad de Costa Rica. Costa Rica. <http://repositorio.sibdi.ucr.ac.cr:8080/jspui/handle/123456789/6508>

Pimienta, R (2000). Encuestas probabilísticas vs. no probabilísticas. *Política y Cultura* (13), pp. 263-276 <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=26701313>

Proaño, R. y Resabala, G. (2018). Periodismo cultural y web 2.0: La radio online Casa de la Cultura ecuatoriana, una experiencia de periodismo cultural en la web 2.0 (Proyecto de

- Investigación para graduación en Comunicación Social). Universidad Central del Ecuador. Ecuador. <http://www.dspace.uce.edu.ec/handle/25000/14340>
- Rivera, Ernesto (2019) SINART rescinde contrato con escritor Warren Ulloa tras denuncias por agresiones sexuales. *Semanario Universidad*. Universidad de Costa Rica.
- Rodríguez, C., Núñez, V. y Astudillo, E. (2017). Consumo televisivo de audiencias infantiles: un estudio cualitativo con estudiantes chilenos. *COMUNI@CCION: Revista de Investigación en Comunicación y Desarrollo* 8(2)105-115. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=4498/449854118004>
- Ruano, S. (2007). Las Industrias Culturales el Negocio de la Era Digital. *Razón y Palabra* 56(12) <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=1995/199520729017>
- Sandoval, C. (1996). *Investigación cualitativa*. ICFES. http://www.virtual.unal.edu.co/cursos/humanas/mtria_edu/2021085/und_2/pdf/casilimas.pdf
- Santos, S. (2015). *Cultural Journalism in a Digital Environment. New Models, Practices and Possibilities* (Tesis de Doctorado en medios digitales). Universidade Nova de Lisboa. Portugal. <http://hdl.handle.net/10362/17022>
- Serna, A., Hernández, M., Sandoval-Romero, Y. y Manrique-Grisales, J. (2018). Prácticas de consumo cultural mediático en jóvenes estudiantes colombianos: Un estudio piloto. *Dixit*, (28), 22-39. <https://dx.doi.org/10.22235/d.v0i28.1579>
- Sistema Nacional de Bibliotecas (s.f. a). *Sistema Nacional de Bibliotecas*. http://sinabi.go.cr/bibliotecas/sistema_nacional_bibliotecas.aspx
- Sistema Nacional de Bibliotecas (s.f. b). Biblioteca Nacional Miguel Obregón Lizano <http://sinabi.go.cr/exhibiciones/Biblioteca%20Nacional/>
- Villaroel, M., Andrada, P. (2012). Estudios de recepción 2000-2010: panorama chileno en el espacio cultural latinoamericano. *Revista Isla Flotante*. (04) 7-26 <http://bibliotecadigital.academia.cl/handle/123456789/234>

Anexos:

Anexo 1 - Medios de comunicación activos con secciones culturales en su sitio web

Medio de comunicación	Nombre de la sección cultural	URL sección cultural
El PaísCR	Cultura	http://www.elpais.cr/seccion/cultura/
Noticias Columbia	Cultura	https://columbia.co.cr/noticias/cultura
Periódico La Segunda	Cultura	http://www.periodicolasegundacr.com/index.php?option=com_content&view=category&layout=blog&id=90&Itemid=596
Primero en Noticias	Cultura	https://primeroennoticias.com/cultura/
The Tico Times	Culture	https://ticotimes.net/post-culture
Ticonoticias	Cine y Cultura	https://www.ticonoticias.net/category/entretenimiento/
ADiarioCR	Cultura	https://adiariocr.com/cultura/
Canal 15	Materia gris	http://www.canal15.ucr.ac.cr/materiagris/
CulturaCR	Agenda Cultural	https://www.culturacr.net/category/agenda-cultural/
El Mundo	Cultura	https://www.elmundo.cr/cultura/
El Periódico	Cultura	https://elperiodicocr.com/cultura/
El sol de occidente	Arte y Cultura	https://elsoldeoccidente.com/enlinea/category/culturales/arte-y-cultura/
La Región	Cultura	https://laregion.cr/cultura/

Periódico Mensaje	Cultura	https://www.periodicomensaje.com/cultura
San José Volando	Cultura	https://sanjosevolando.com/cultura
Semanario Universidad	Cultura	https://semanariouniversidad.com/cultura/
The Costa Rica News	Culture and Lifestyle	https://thecostaricanews.com/category/costa-rica-lifestyle/
Informa-Tico	Cultura	https://www.informa-tico.com/cultura
La Nación	Áncora - Dominical	https://www.nacion.com/ancora/

Fuente: Eduardo A. Bolaños Vargas del 23 de agosto al 10 de octubre, 2020.

Anexo 2. Cronograma de trabajo

El presente cronograma incluye los trabajos a realizar en un cronograma aproximado de tareas pendientes, revisiones y validaciones. Se requiere la aprobación del comité asesor.

Fecha	Tarea a realizar	Dependencia	Responsable
20 de abril, 2021	Presentación de anteproyecto a Comisión.	Correcciones solicitadas	Sustentante
3 de mayo, 2021	Presentación de Anteproyecto a Comité asesor para revisión. Revisión de herramientas metodológicas.	Correcciones solicitadas. Herramientas metodológicas completas.	Sustentante
17 de mayo, 2021	Observaciones del comité asesor a herramientas de investigación.		Comité Asesor
24 de mayo, 2021	Correcciones a las herramientas de investigación.	Observaciones realizadas por el comité asesor.	Sustentante
14 de junio 2021	Validación de herramientas investigación.	Elaboración previa de metodología de evaluación.	Sustentante
10 de setiembre, 2021	Corrección de herramientas investigación según validación.	Validación realizada.	Sustentante
25 de setiembre, 2021	Revisión de herramientas de investigación corregidas	Corrección realizada.	Comité Asesor (dirección)

5 de octubre, 2021	Corrección de herramientas de investigación según observaciones del Comité Asesor	Herramientas corregidas por validación	Sustentante
5 al 20 de octubre, 2021	Ejecución de cuestionario para grupos de Facebook	Herramientas corregidas por las observaciones	Sustentante
5 al 20 de octubre, 2021	Entrevistas semiestructuradas a expertos	Herramientas corregidas por las observaciones	Sustentante
5 al 30 de octubre, 2021	Análisis de publicaciones de medios de comunicación nacionales e internacionales	Herramientas corregidas por las observaciones	Sustentante
1 al 15 de noviembre, 2021	Sistematización de los cuestionarios	Cuestionarios ejecutados	Sustentante
1 al 15 de noviembre, 2021	Sistematización de entrevistas	Entrevistas ejecutadas	Sustentante
1 al 30 de noviembre, 2021	Sistematización de la matriz de publicaciones	Análisis de las publicaciones	Sustentante
1 de diciembre, 2021	Análisis y conclusiones de la investigación	Sistematizaciones realizadas	Sustentante
15 de diciembre, 2021	Revisión de conclusiones de investigación	Conclusiones realizadas	Comité Asesor
30 de diciembre, 2021	Correcciones de conclusiones	Revisión de Comité asesor	Sustentante
1 de diciembre, 2021	Elaboración del diseño de la sección de noticias de literatura	Sistematizaciones realizadas	Sustentante

30 de enero, 2022	Revisión de sección de noticias de literatura.	Diseño de la sección web de noticias de literatura	Comité Asesor
15 de febrero, 2022	Correcciones del proyecto y correcciones finales del TFG	Revisión del Comité asesor	Sustentante
22 de febrero, 2022	Elaboración de presentación para la defensa de la tesis		Sustentante
Marzo, 2022	Defensa		Sustentante

Fuente: Eduardo A. Bolaños Vargas, 10 de setiembre, 2022.

Anexo 3: Documento de Consentimiento informado para las personas entrevistadas



UNIVERSIDAD DE COSTA RICA

COMITÉ ÉTICO CIENTÍFICO

Teléfono/Fax: (506) 2511-4201

Escuela de Ciencias de la
Comunicación Colectiva (ECCC)

CEC-O-04

FORMULARIO PARA EL CONSENTIMIENTO INFORMADO

Propuesta de elaboración de una sección web de noticias de literatura para la Revista Sobrevuelo

Código (o número) de proyecto: _____

Nombre de el/la Investigador(a) Principal:

Eduardo Antonio Bolaños Vargas

Nombre del/la participante:

Ana Beatriz Fernández - Semanario Universidad / Geovanny Jiménez S. - Cultura CR / Óscar Castillo Rojas – Lectomanía, Cámara Costarricense del Libro.

INDICACIONES GENERALES: (para uso exclusivo de los y las investigadores/as)

- La información en el documento de consentimiento informado debe ser veraz, clara, precisa y escrita de manera que pueda ser entendida por los y las participantes y que no induzca a error, coacción, amenaza, fraude, engaño, coerción, manipulación o cualquier otro tipo de presión.
- El o la investigador(a) debe obtener el consentimiento informado, individual, voluntario, expreso, específico, escrito y firmado o con la huella digital del participante o de su representante legal en todas las hojas, y de un testigo imparcial en la hoja final. En el caso del representante legal; se debe incluir copia de documentación en donde se registre el derecho de representación legal.

- Indique al potencial participante, explícitamente, que el documento se llama así (consentimiento informado) y explique su función.
- Debe de aclararse al sujeto de participación que NO perderá ningún derecho legal por firmar este documento.
- Use el término “estudio de investigación” la primera vez que las palabras “estudio” o “ensayo” aparezcan en este documento.
- El documento de consentimiento informado se debe redactar en segunda persona singular en todo el documento (usted).
- Si el sujeto acepta participar en el estudio, debe de firmar este documento en todas sus hojas en el espacio correspondiente que se encuentra en el margen inferior izquierdo de cada página.
- El o la testigo(a) firmante debe de ser mayor de edad, imparcial, quien podría ser un familiar, seleccionado por el participante o su representante legal, sin nexo con el equipo de investigación, los investigadores, los patrocinadores, las OAC ni OIC. El testigo debe ser una persona con capacidad suficiente para entender los alcances de su actuación, éste no tendrá acceso a la información confidencial del participante, ni estará presente cuando ésta se analice.
- Se le recuerda que si va a trabajar con adolescentes de edades entre 12 y 18 años, debe elaborar una fórmula independiente de asentimiento informado.
- Si él o la participante es un menor de 12 años, se le debe explicar con particular cuidado en qué consiste lo que se le va a hacer y contar con el consentimiento de sus padres o tutores legales.
- El documento original de consentimiento informado, lo conservará el/la investigador(a) y debe entregársele una copia fiel y exacta al participante. El/la investigador(a) será responsable del manejo confidencial del documento que se incluirá en el expediente de cada participante en la investigación.
- Se deberá adjuntar una copia del documento de identificación (cédula, pasaporte...del participante) a la copia del consentimiento informado que queda en el expediente del participante.
- Cualquier modificación en la relación riesgo-beneficio o en las condiciones que se presenten durante la investigación deberá ser informada a la persona participante, a efectos de que esta, mediante el otorgamiento de un nuevo consentimiento o de una adenda al principal, ratifique su permanencia en el estudio o ensayo, o bien, decida retirarse de este.
- Es obligación para el/la investigador(a) estudiar y apegarse a lo establecido en la Ley Reguladora de Investigación Biomédica n.º 9234.
- Borre todos los cuadros que incluyan instrucciones y ejemplos, así como cualquier otro texto que no sea aplicable a su estudio.

A. PROPÓSITO DEL PROYECTO:

El propósito del proyecto de investigación es conocer las necesidades de la comunidad literaria costarricense (escritores, editores, ilustradores y diseñadores) con respecto al acceso a los medios de comunicación con secciones culturales, con el fin de diseñar una sección de noticias de literatura para la Revista Sobrevuelo (www.revistasobrevuelo.com). Para eso se estudiarán las tendencias en cuanto a géneros y formatos periodísticos de las publicaciones en Costa Rica y en medios internacionales, con la intención de hacer una propuesta acorde a las tendencias modernas.

La persona encargada de la investigación será el sustentante Eduardo A. Bolaños Vargas, estudiante de la licenciatura en periodismo de la Universidad de Costa Rica. El proyecto no cuenta con fuentes de financiamiento puesto que la mayoría de las actividades de investigación se harán por medios virtuales en el contacto de la pandemia del COVID-19.

¿QUÉ SE HARÁ?:

Su participación en la investigación a realizar consistirá en una entrevista estructurada con el sustentante, en el cual se compartirá información desde su punto de vista de persona experta, y como parte de la organización que representa (Medio de Comunicación). Para participar solo es necesario organizar previamente el día o la hora en que se realizará la entrevista por un medio virtual que considere más conveniente (Zoom, Meet, Skype, etc) y la entrevista se realizará por una única vez, a menos que por condiciones especiales no se haya podido concluir en la primera ocasión. El tiempo de duración de la entrevista no será mayor a una hora, a menos que de mutuo acuerdo se llegue a la conclusión de que es necesario invertir más tiempo.

La información de la entrevista se sintetizará en puntos clave de estudio, temáticas o aportes especiales para poder profundizarlos y compararlos con la información de otras fuentes de investigación. En este sentido se obtendrá información que responda a las necesidades y expectativas de la comunidad literaria costarricense. Al ser medios virtuales las grabaciones se realizarán directamente en las plataformas, de no ser posible se hará una grabación del audio de la entrevista que luego servirá para la transcripción de la misma. Ni las grabaciones, ni la transcripción se compartirán por otro medio que no sea en la sección de anexos del trabajo final.

B. RIESGOS:

La presente investigación no conlleva ningún riesgo para la persona participante.

C. BENEFICIOS:

La presente investigación no conlleva ningún beneficio para la persona participante. NO se obtendrá ningún beneficio directo.

D. VOLUNTARIEDAD:

La participación en esta investigación es voluntaria y la persona participante puede retirarse en cualquier momento o negarse a participar.

E. CONFIDENCIALIDAD:

La información consignada en la presente investigación es de uso exclusivo para el proyecto de estudio, no se distribuirá por ningún medio y solamente se publicará, de ser necesario, en el trabajo final de la investigación.

F. INFORMACIÓN:

Antes de dar su autorización para este estudio usted debe haber hablado con Eduardo Antonio Bolaños Vargas sobre este estudio, y él debe haber contestado satisfactoriamente todas sus preguntas acerca del estudio y de sus derechos. Si quisiera más información más adelante, puede obtenerla llamando al teléfono 7292-9141 o al correo EDUARDO.BOLANOSVARGAS@ucr.ac.cr. Cualquier consulta adicional puede comunicarse con la Vicerrectoría de Investigación de la Universidad de Costa Rica **a los teléfonos 2511-4201**, de lunes a viernes de 8 a.m. a 5 p.m.

H. Usted NO perderá ningún derecho legal por firmar este documento.

I. Usted recibirá una copia de esta fórmula firmada para su uso personal.

Nota: Se le recuerda que en concordancia con el Capítulo II, artículo 12 de la Ley Reguladora de Investigación Biomédica n.º 9234, el consentimiento informado y cualquier modificación a este deberá ser aprobado, foliado y sellado en todas sus páginas por el Comité Ético Científico, previo a su presentación a los eventuales participantes.

CONSENTIMIENTO

He leído o se me ha leído, toda la información descrita en esta fórmula, antes de firmarla (Se me ha brindado la oportunidad de hacer preguntas y éstas han sido contestadas en forma adecuada. Por lo tanto, accedo a participar como sujeto de investigación en este estudio.

*Este documento debe de ser autorizado en todas las hojas mediante la firma (o en su defecto con la huella digital) de la persona que será participante o de su representante legal.

Nombre, cédula, lugar, firma del sujeto participante o representante legal fecha

Nombre, cédula, lugar, firma del/la testigo fecha

Nombre, cédula, lugar, firma de el/la investigador(a) que solicita el consentimiento fecha

Anexo 4. Cuestionario para miembros de la comunidad literaria costarricense en Facebook



UNIVERSIDAD DE
COSTA RICA



UNIVERSIDAD DE COSTA RICA

Escuela de Ciencias de la Comunicación Colectiva
Licenciatura en Periodismo

El presente cuestionario es elaborado por el estudiante de la licenciatura en periodismo Eduardo Antonio Bolaños Vargas, carné A00639, para la realización del Trabajo Final de Graduación “**Diseño de una sección periodística de literatura para el sitio web de la Revista digital Sobrevuelo y su difusión por medio de redes sociales**”.

Se solicita a las personas participantes responder este cuestionario de forma voluntaria, no se tendrá ninguna retribución a cambio. Las respuestas en el mismo solo se usarán para fines académicos de la elaboración del Trabajo Final de Graduación.

Primera parte: información general

1- Nombre y apellidos (opcional)

2- Tipo de producción literaria:

() Escritor/a () Editor/a () Ilustrador/a () Diseñador/a

3- Títulos publicados recientemente. (opcional)

4- ¿Trabaja de forma independiente o con una editorial?

Segunda parte: acceso a medios de comunicación

5- ¿Considera usted que es importante que sus producciones literarias se publiquen en las secciones culturales medios de comunicación?

6- ¿Tiene contactos con periodistas de las secciones culturales de medios de comunicación?

Sí No

7- ¿Cuál es su opinión acerca del espacio que ocupan las informaciones culturales en los medios de comunicación, en la actualidad?

Nulo

Limitado

Suficiente

Amplio

8- ¿Le parece importante contar con espacios culturales de literatura en medios de comunicación tradicionales y digitales?

Sí

No

Prefiero otros medios

9- ¿Cuál es su opinión acerca de la forma en que se muestra la información cultural de literatura en las redes sociales?

Nada interesante

Poco interesante

Medianamente interesante

Muy interesante

Tercera parte: características del periodismo cultural de literatura

10- En su opinión, ¿le parece que el tratamiento noticioso de las informaciones culturales en los medios de comunicación es atractivo para el público?

11- Pensando en los distintos géneros del periodismo, según usted ha visto en los medios de comunicación ¿Cuáles le parecen más adecuados para la cobertura de información periodística? (Puede marcar varios)

- () Noticia informativa
- () Reportaje
- () Entrevista
- () Reseña
- () Información de agenda de eventos
- () Galería multimedia

12- En su opinión, ¿le parece que las informaciones culturales de literatura se pueden alimentar de formatos multimedia como videos en YouTube, podcasts, infografías, fotografías, animaciones, etc.?

13- En su criterio, cómo deben organizarse los contenidos de texto y multimedia en una página web para que sea atractivo, fácil de leer y brinde una perspectiva completa de la información que se quiere comunicar. (Puede marcar varios)

- () Texto conciso () Texto amplio
- () Párrafos cortos () Lenguaje complejo
- () Párrafos largos
- () Lenguaje coloquial
- () Imágenes y fotografías
- () Videos () Audio
- () Animaciones

() Vínculos

14- ¿Cuáles sugerencias daría usted para utilizar las redes sociales de los medios de comunicación, con el fin de lograr más difusión de las noticias de literatura?

() Entrevistas y conversaciones en vivo

() Trivias y otros entretenimientos

() Espacios programados

() Titulares cortos y llamativos

() Mayor frecuencia

() Otras opciones _____

Agradecemos que haya completado este cuestionario, recuerde que la participación es totalmente voluntaria y las respuestas en el mismo solo se usarán para fines académicos de la elaboración del Trabajo Final de Graduación.

Anexo 5. Matriz de análisis de publicaciones culturales de literatura

UNIVERSIDAD DE COSTA RICA

Escuela de Ciencias de la Comunicación Colectiva
Licenciatura en Periodismo



UNIVERSIDAD DE
COSTA RICA



Trabajo Final de Graduación, proyecto:

Propuesta de elaboración de una sección web de noticias de literatura para la Revista Sobrevuelo

Fecha de publicación		Título:	
País:		Periodista:	
Temática de la publicación:			
Género periodístico (Reportaje, crónica, reseña, noticia, entrevista, etc.)	Formato de publicación (Texto, video, fotografía, infografía, audio, mixto, etc.)	Extensión de la publicación (Párrafos, minutos de audio, minutos de video, etc.)	Observaciones sobre el diseño del contenido en la página
Observaciones sobre el uso de las redes sociales:	-¿Se publicó en redes sociales?		
	-¿Hubo interacción con la publicación en redes sociales?		<i>Cantidad</i>
	-¿A cual elemento se le dio énfasis en redes sociales: texto, vínculo a la web, fotografía, etc?		
Observaciones sobre el estilo de la publicación.	-¿Se utiliza un vocabulario coloquial o elaborado en la publicación?		
	-¿Se muestran elementos multimedia llamativos y elaborados?		
	-¿Se hace uso de elementos propios del periodismo para enriquecer el texto?		<i>Entradas, títulos, subtítulos, resaltados, etc.</i>
Otras observaciones generales			

Anexo 6. Entrevista semi-estructurada a directores de medios de comunicación cultural.



UNIVERSIDAD DE
COSTA RICA



UNIVERSIDAD DE COSTA RICA

Escuela de Ciencias de la Comunicación Colectiva

Licenciatura en Periodismo

Trabajo Final de Graduación, proyecto:

Propuesta de elaboración de una sección web de noticias de literatura para la Revista Sobrevuelo

En la presente herramienta metodológica, se hace la propuesta de una entrevista semi-estructurada dirigida a los directores de los medios y secciones culturales seleccionados en el anteproyecto. Es importante notar que los resultados de los cuestionarios que se realicen a la comunidad literaria pueden generar preguntas o temáticas interesantes para tomar en cuenta en estas entrevistas.

Primera parte de la entrevista: Estado de la divulgación cultural

- 1- Desde su perspectiva como profesional de la comunicación ¿Cuál considera que es el estado actual de la prensa cultural en Costa Rica?
- 2- ¿Cree usted que se ha disminuido la cantidad de medios de comunicación especializados en la cobertura de actividades culturales, o bien se ha visto limitado el espacio para informaciones culturales en medios de comunicación nacional?
- 3- ¿Podría usted comentarme su apreciación con respecto a la importancia que ocupa la literatura en estos espacios culturales de los medios de comunicación, a nivel general y en el medio en el que usted trabaja?
- 4- ¿Considera usted que la situación económica del país ha tenido efecto sobre las secciones culturales de los medios de comunicación? ¿Por qué? ¿De qué forma?

- 5- Cuénteme acerca de la sección o medio que usted dirige: ¿hace cuánto existe? ¿cuál es su público principal? ¿se apoya en medios digitales? ¿hace uso de las redes sociales para la difusión de la información?

Segunda parte: El periodismo cultural de literatura

- 6- De acuerdo a su experiencia ¿Cuál considera que es el aporte que el periodismo puede hacerle al sector literario?
- 7- A su criterio ¿Cómo se alimenta el periodismo de las herramientas de la literatura para su quehacer diario?
- 8- ¿De qué forma pueden usarse las redes sociales y las herramientas multimedia para generar interés del público en temas de cultura y literatura?
- 9- ¿Le parece que los medios de comunicación hacen uso de estas herramientas en la actualidad?
- 10- ¿Qué consejos daría usted a un medio de comunicación que quiera establecer una sección dedicada a periodismo cultural de literatura?

Anexo 7. Tabla de validación del cuestionario para miembros de la comunidad literaria costarricense en Facebook

UNIVERSIDAD DE COSTA RICA

Escuela de Ciencias de la Comunicación Colectiva

Licenciatura en Periodismo



UNIVERSIDAD DE
COSTA RICA



Número de la pregunta	¿Es pertinente para el tema?	¿Se obtuvieron las respuestas esperadas?	¿Tiene una redacción adecuada y comprensible?	Cambios propuestos
1	No, es opcional	Sí	Sí	Ninguno
2	Sí	Sí	Sí	Ninguno
3	Puede ser opcional	Sí	Sí	Hacerla opcional
4	Sí	Sí	Sí	Ninguno
5	Sí	No	No	Cambiar redacción para que quede claro que se busca saber si han tenido divulgación en medios.
6	Sí	Sí	Sí	Simplificar a selección única
7	Sí	Sí	Sí	Simplificar a selección única por tiempo de respuesta.
8	No	Si	Sí	Se puede unir con la siguiente.
9	Sí	Sí	No	Selección única para no tener muchas respuestas abiertas.
10	Sí	Sí	Sí	Ninguna
11	Sí	Sí	No	Simplificar en selección única.
12	Sí	Sí	No	Aclarar que es según han visto en medios de comunicación
13	Sí	Sí	Sí	Ninguna
14	Sí	No	No	Brindar distintas opciones múltiples pues no necesariamente los participantes conocen los términos.
15	Sí	Sí	No	Aclarar y dar opciones.
Resultados generales del instrumento		En el momento de la validación el cuestionario cuenta con varias preguntas de respuesta abierta que harían muy difícil su análisis, por eso es importante simplificar, con lo cual también se reduce el tiempo de los participantes, facilitando la ejecución del mismo.		

Fuente: Eduardo A. Bolaños Vargas, 3 de setiembre, 2021.

Anexo 8. Validación de matriz de análisis de publicaciones culturales de literatura



UNIVERSIDAD DE
COSTA RICA



UNIVERSIDAD DE COSTA RICA

Escuela de Ciencias de la Comunicación Colectiva

Licenciatura en Periodismo

Información general (*esta información se utilizará estrictamente para fines de la investigación*)

Nombre de la persona que valida:

Profesión:

Cédula:

Correo electrónico:

1. ¿Se entienden cuáles son los contenidos que se tienen que registrar en las diferentes secciones de la herramienta?
2. ¿Están correctamente redactados los encabezados?
3. ¿Es información pertinente?
4. ¿Es fácil encontrar la información?
5. ¿Es fácil registrar la información?
6. Otras observaciones que considere:

Anexo 9. Validación de entrevista semiestructurada para editores.



UNIVERSIDAD DE
COSTA RICA



UNIVERSIDAD DE COSTA RICA

Escuela de Ciencias de la Comunicación Colectiva

Licenciatura en Periodismo

Información general (*esta información se utilizará estrictamente para fines de la investigación*)

Nombre de la persona que valida:

Profesión:

Cédula:

Correo electrónico:

- 1- ¿Se entienden la temática principal de la entrevista? ¿Cuál considera que es el objetivo de la misma?
- 2- ¿Considera que están bien estructuradas las secciones de la entrevista en cuanto a las temáticas?
- 3- ¿Considera que los enunciados están bien redactados?
- 4- ¿Hay repetición de preguntas?
- 5- ¿Se puede realizar la entrevista en una reunión virtual de aproximadamente una hora?
- 6- ¿Agregaría alguna pregunta adicional?

Anexo 10 – Consentimientos informados firmados



UNIVERSIDAD DE COSTA RICA
COMITÉ ÉTICO CIENTÍFICO
Teléfono/Fax: (506) 2511-4201

Escuela de Ciencias de la
Comunicación Colectiva (ECCC)

CEC-O-04

FORMULARIO PARA EL CONSENTIMIENTO INFORMADO

**Diseño de una sección periodística de literatura para el sitio web de la Revista digital
Sobrevuelo y su difusión por medio de redes sociales**

Código (o número) de proyecto: _____

Nombre de el/la Investigador(a) Principal:

Eduardo Antonio Bolaños Vargas

Nombre del/la participante:

Geovanny Jiménez S. - CulturaCR.net

INDICACIONES GENERALES: (para uso exclusivo de los y las investigadores/as)

- La información en el documento de consentimiento informado debe ser veraz, clara, precisa y escrita de manera que pueda ser entendida por los y las participantes y que no induzca a error, coacción, amenaza, fraude, engaño, coerción, manipulación o cualquier otro tipo de presión.
- El o la investigador(a) debe obtener el consentimiento informado, individual, voluntario, expreso, específico, escrito y firmado o con la huella digital del participante o de su representante legal en todas las hojas, y de un testigo imparcial en la hoja final. En el caso del representante legal; se debe incluir copia de documentación en donde se registre el derecho de representación legal.
- Indique al potencial participante, explícitamente, que el documento se llama así (consentimiento informado) y explique su función.
- Debe de aclararse al sujeto de participación que NO perderá ningún derecho legal por firmar este documento.
- Use el término “estudio de investigación” la primera vez que las palabras “estudio” o “ensayo” aparezcan en este documento.

- El documento de consentimiento informado se debe redactar en segunda persona singular en todo el documento (usted).
- Si el sujeto acepta participar en el estudio, debe de firmar este documento en todas sus hojas en el espacio correspondiente que se encuentra en el margen inferior izquierdo de cada página.
- El o la testigo(a) firmante debe de ser mayor de edad, imparcial, quien podría ser un familiar, seleccionado por el participante o su representante legal, sin nexo con el equipo de investigación, los investigadores, los patrocinadores, las OAC ni OIC. El testigo debe ser una persona con capacidad suficiente para entender los alcances de su actuación, éste no tendrá acceso a la información confidencial del participante, ni estará presente cuando ésta se analice.
- Se le recuerda que si va a trabajar con adolescentes de edades entre 12 y 18 años, debe elaborar una fórmula independiente de asentimiento informado.
- Si él o la participante es un menor de 12 años, se le debe explicar con particular cuidado en qué consiste lo que se le va a hacer y contar con el consentimiento de sus padres o tutores legales.
- El documento original de consentimiento informado, lo conservará el/la investigador(a) y debe entregársele una copia fiel y exacta al participante. El/la investigador(a) será responsable del manejo confidencial del documento que se incluirá en el expediente de cada participante en la investigación.
- Se deberá adjuntar una copia del documento de identificación (cédula, pasaporte...del participante) a la copia del consentimiento informado que queda en el expediente del participante.
- Cualquier modificación en la relación riesgo-beneficio o en las condiciones que se presenten durante la investigación deberá ser informada a la persona participante, a efectos de que esta, mediante el otorgamiento de un nuevo consentimiento o de una adenda al principal, ratifique su permanencia en el estudio o ensayo, o bien, decida retirarse de este.
- Es obligación para el/la investigador(a) estudiar y apegarse a lo establecido en la Ley Reguladora de Investigación Biomédica n.º 9234.
- Borre todos los cuadros que incluyan instrucciones y ejemplos, así como cualquier otro texto que no sea aplicable a su estudio.

A. PROPÓSITO DEL PROYECTO:

El propósito del proyecto de investigación es conocer las necesidades de la comunidad literaria costarricense (escritores, editores, ilustradores y diseñadores) con respecto al acceso a los medios de comunicación con secciones culturales, con el fin de diseñar una sección de noticias de literatura para la Revista Sobrevuelo (www.revistasobrevuelo.com). Para eso se estudiarán las tendencias en cuanto a géneros y formatos periodísticos de las publicaciones en Costa Rica y en medios internacionales, con la intención de hacer una propuesta acorde a las tendencias modernas.

La persona encargada de la investigación será el sustentante Eduardo A. Bolaños Vargas, estudiante de la licenciatura en periodismo de la Universidad de Costa Rica. El proyecto no cuenta con fuentes de financiamiento puesto que la mayoría de las actividades de investigación se harán por medios virtuales en el contacto de la pandemia del COVID-19.

¿QUÉ SE HARÁ?:

Su participación en la investigación a realizar consistirá en una entrevista estructurada con el sustentante, en el cual se compartirá información desde su punto de vista de persona experta, y como parte de la organización que representa (Semanao Universidad). Para participar solo es necesario organizar previamente el día o la hora en que se realizará la entrevista por un medio virtual que considere más conveniente (Zoom, Meet, Skype, etc) y la entrevista se realizará por una única vez, a menos que por condiciones especiales no se haya podido concluir en la primera ocasión. El tiempo de duración de la entrevista no será mayor a una hora, a menos que de mutuo acuerdo se llegue a la conclusión de que es necesario invertir más tiempo.

La información de la entrevista se sintetizará en puntos clave de estudio, temáticas o aportes especiales para poder profundizarlos y compararlos con la información de otras fuentes de investigación. En este sentido se obtendrá información que responda a las necesidades y expectativas de la comunidad literaria costarricense. Al ser medios virtuales las grabaciones se realizarán directamente en las plataformas, de no ser posible se hará una grabación del audio de la entrevista que luego servirá para la transcripción de la misma.



Ni las grabaciones, ni la transcripción se compartirán por otro medio que no sea en la sección de anexos del trabajo final.

B. RIESGOS:

La presente investigación no conlleva ningún riesgo para la persona participante.

C. BENEFICIOS:

La presente investigación no conlleva ningún beneficio para la persona participante. NO se obtendrá ningún beneficio directo.

D. VOLUNTARIEDAD:

La participación en esta investigación es voluntaria y la persona participante puede retirarse en cualquier momento o negarse a participar.

E. CONFIDENCIALIDAD:

La información consignada en la presente investigación es de uso exclusivo para el proyecto de estudio, no se distribuirá por ningún medio y solamente se publicará, de ser necesario, en el trabajo final de la investigación.

F. INFORMACIÓN:

Antes de dar su autorización para este estudio usted debe haber hablado con Eduardo Antonio Bolaños Vargas sobre este estudio, y él debe haber contestado satisfactoriamente todas sus preguntas acerca del estudio y de sus derechos. Si quisiera más información más adelante, puede obtenerla llamando al teléfono 7292-9141 o al correo EDUARDO.BOLANOSVARGAS@ucr.ac.cr. Cualquier consulta adicional puede comunicarse con la Vicerrectoría de Investigación de la Universidad de Costa Rica **a los teléfonos 2511-4201**, de lunes a viernes de 8 a.m. a 5 p.m.

H. Usted NO perderá ningún derecho legal por firmar este documento.

I. Usted recibirá una copia de esta fórmula firmada para su uso personal.



Nota: Se le recuerda que en concordancia con el Capítulo II, artículo 12 de la Ley Reguladora de Investigación Biomédica n.º 9234, el consentimiento informado y cualquier modificación a este deberá ser aprobado, foliado y sellado en todas sus páginas por el Comité Ético Científico, previo a su presentación a los eventuales participantes.

CONSENTIMIENTO

He leído o se me ha leído, toda la información descrita en esta fórmula, antes de firmarla (Se me ha brindado la oportunidad de hacer preguntas y éstas han sido contestadas en forma adecuada. Por lo tanto, accedo a participar como sujeto de investigación en este estudio.

*Este documento debe de ser autorizado en todas las hojas mediante la firma (o en su defecto con la huella digital) de la persona que será participante o de su representante legal.

Geovanny Jiménez Salas, 108510151, Tibás, Costa Rica. 20 de agosto de 2022.



Nombre, cédula, lugar, firma del/la testigo

fecha

Eduardo Antonio Bolaños Vargas, 205720470, San Isidro de Coronado, Costa Rica. 20 de agosto de 2022.



Nombre, cédula, lugar, firma de el/la investigador(a) que solicita el consentimiento
fecha



UNIVERSIDAD DE COSTA RICA
COMITÉ ÉTICO CIENTÍFICO
Teléfono/Fax: (506) 2511-4201

Escuela de Ciencias de la
Comunicación Colectiva (ECCC)

CEC-O-04
FORMULARIO PARA EL CONSENTIMIENTO INFORMADO

**Diseño de una sección periodística de literatura para el sitio web de la Revista digital
Sobrevuelo y su difusión por medio de redes sociales**

Código (o número) de proyecto: _____

Nombre de el/la Investigador(a) Principal:

Eduardo Antonio Bolaños Vargas

Nombre del/la participante:

Oscar Castillo Rojas – Lectomanía, Cámara Costarricense del Libro

INDICACIONES GENERALES: (para uso exclusivo de los y las investigadores/as)

- La información en el documento de consentimiento informado debe ser veraz, clara, precisa y escrita de manera que pueda ser entendida por los y las participantes y que no induzca a error, coacción, amenaza, fraude, engaño, coerción, manipulación o cualquier otro tipo de presión.
- El o la investigador(a) debe obtener el consentimiento informado, individual, voluntario, expreso, específico, escrito y firmado o con la huella digital del participante o de su representante legal en todas las hojas, y de un testigo imparcial en la hoja final. En el caso del representante legal; se debe incluir copia de documentación en donde se registre el derecho de representación legal.
- Indique al potencial participante, explícitamente, que el documento se llama así (consentimiento informado) y explique su función.
- Debe de aclararse al sujeto de participación que NO perderá ningún derecho legal por firmar este documento.
- Use el término "estudio de investigación" la primera vez que las palabras "estudio" o "ensayo" aparezcan en este documento.

- El documento de consentimiento informado se debe redactar en segunda persona singular en todo el documento (usted).
- Si el sujeto acepta participar en el estudio, debe de firmar este documento en todas sus hojas en el espacio correspondiente que se encuentra en el margen inferior izquierdo de cada página.
- El o la testigo(a) firmante debe de ser mayor de edad, imparcial, quien podría ser un familiar, seleccionado por el participante o su representante legal, sin nexo con el equipo de investigación, los investigadores, los patrocinadores, las OAC ni OIC. El testigo debe ser una persona con capacidad suficiente para entender los alcances de su actuación, éste no tendrá acceso a la información confidencial del participante, ni estará presente cuando ésta se analice.
- Se le recuerda que si va a trabajar con adolescentes de edades entre 12 y 18 años, debe elaborar una fórmula independiente de asentimiento informado.
- Si él o la participante es un menor de 12 años, se le debe explicar con particular cuidado en qué consiste lo que se le va a hacer y contar con el consentimiento de sus padres o tutores legales.
- El documento original de consentimiento informado, lo conservará el/la investigador(a) y debe entregársele una copia fiel y exacta al participante. El/la investigador(a) será responsable del manejo confidencial del documento que se incluirá en el expediente de cada participante en la investigación.
- Se deberá adjuntar una copia del documento de identificación (cédula, pasaporte...del participante) a la copia del consentimiento informado que queda en el expediente del participante.
- Cualquier modificación en la relación riesgo-beneficio o en las condiciones que se presenten durante la investigación deberá ser informada a la persona participante, a efectos de que esta, mediante el otorgamiento de un nuevo consentimiento o de una adenda al principal, ratifique su permanencia en el estudio o ensayo, o bien, decida retirarse de este.
- Es obligación para el/la investigador(a) estudiar y apegarse a lo establecido en la Ley Reguladora de Investigación Biomédica n.º 9234.
- Borre todos los cuadros que incluyan instrucciones y ejemplos, así como cualquier otro texto que no sea aplicable a su estudio



A. PROPÓSITO DEL PROYECTO:

El propósito del proyecto de investigación es conocer las necesidades de la comunidad literaria costarricense (escritores, editores, ilustradores y diseñadores) con respecto al acceso a los medios de comunicación con secciones culturales, con el fin de diseñar una sección de noticias de literatura para la Revista Sobrevuelo (www.revistasobrevuelo.com). Para eso se estudiarán las tendencias en cuanto a géneros y formatos periodísticos de las publicaciones en Costa Rica y en medios internacionales, con la intención de hacer una propuesta acorde a las tendencias modernas.

La persona encargada de la investigación será el sustentante Eduardo A. Bolaños Vargas, estudiante de la licenciatura en periodismo de la Universidad de Costa Rica. El proyecto no cuenta con fuentes de financiamiento puesto que la mayoría de las actividades de investigación se harán por medios virtuales en el contacto de la pandemia del COVID-19.

¿QUÉ SE HARÁ?:

Su participación en la investigación a realizar consistirá en una entrevista estructurada con el sustentante, en el cual se compartirá información desde su punto de vista de persona experta, y como parte de la organización que representa (Semanao Universidad). Para participar solo es necesario organizar previamente el día o la hora en que se realizará la entrevista por un medio virtual que considere más conveniente (Zoom, Meet, Skype, etc) y la entrevista se realizará por una única vez, a menos que por condiciones especiales no se haya podido concluir en la primera ocasión. El tiempo de duración de la entrevista no será mayor a una hora, a menos que de mutuo acuerdo se llegue a la conclusión de que es necesario invertir más tiempo.

La información de la entrevista se sintetizará en puntos clave de estudio, temáticas o aportes especiales para poder profundizarlos y compararlos con la información de otras fuentes de investigación. En este sentido se obtendrá información que responda a las necesidades y expectativas de la comunidad literaria costarricense. Al ser medios virtuales las grabaciones se realizarán directamente en las plataformas, de no ser posible se hará una grabación del audio de la entrevista que luego servirá para la transcripción de la misma.



Ni las grabaciones, ni la transcripción se compartirán por otro medio que no sea en la sección de anexos del trabajo final.

B. RIESGOS:

La presente investigación no conlleva ningún riesgo para la persona participante.

C. BENEFICIOS:

La presente investigación no conlleva ningún beneficio para la persona participante. NO se obtendrá ningún beneficio directo.

D. VOLUNTARIEDAD:

La participación en esta investigación es voluntaria y la persona participante puede retirarse en cualquier momento o negarse a participar.

E. CONFIDENCIALIDAD:

La información consignada en la presente investigación es de uso exclusivo para el proyecto de estudio, no se distribuirá por ningún medio y solamente se publicará, de ser necesario, en el trabajo final de la investigación.

F. INFORMACIÓN:

Antes de dar su autorización para este estudio usted debe haber hablado con Eduardo Antonio Bolaños Vargas sobre este estudio, y él debe haber contestado satisfactoriamente todas sus preguntas acerca del estudio y de sus derechos. Si quisiera más información más adelante, puede obtenerla llamando al teléfono 7294-9141 o al correo EDUARDO.BOLANOSVARGAS@ucr.ac.cr. Cualquier consulta adicional puede comunicarse con la Vicerrectoría de Investigación de la Universidad de Costa Rica a los teléfonos 2511-4201, de lunes a viernes de 8 a.m. a 5 p.m.

H. Usted NO perderá ningún derecho legal por firmar este documento.

I. Usted recibirá una copia de esta fórmula firmada para su uso personal.



Nota: Se le recuerda que en concordancia con el Capítulo II, artículo 12 de la Ley Reguladora de Investigación Biomédica n.º 9234, el consentimiento informado y cualquier modificación a este deberá ser aprobado, foliado y sellado en todas sus páginas por el Comité Ético Científico, previo a su presentación a los eventuales participantes.

CONSENTIMIENTO

He leído o se me ha leído, toda la información descrita en esta fórmula, antes de firmarla (Se me ha brindado la oportunidad de hacer preguntas y éstas han sido contestadas en forma adecuada. Por lo tanto, accedo a participar como sujeto de investigación en este estudio.

*Este documento debe de ser autorizado en todas las hojas mediante la firma (o en su defecto con la huella digital) de la persona que será participante o de su representante legal.

Nombre, cédula, lugar, firma del sujeto participante o representante legal	fecha
Óscar Castillo Rojas, cédula 301951450, Curridabat.	

OSCAR
GUILLERMO
CASTILLO ROJAS
(FIRMA) Firmado digitalmente por
OSCAR GUILLERMO
CASTILLO ROJAS (FIRMA)
Fecha: 2022.03.07
09:06:00 -06'00'

Nombre, cédula, lugar, firma del/la testigo	fecha
Eduardo Antonio Bolaños Vargas, cédula 2-0572-0470	
San Isidro de Coronado, San José	

Nombre, cédula, lugar, firma de el/la investigador(a) que solicita el consentimiento	fecha
--	-------



UNIVERSIDAD DE COSTA RICA
COMITÉ ÉTICO CIENTÍFICO
Teléfono/Fax: (506) 2511-4201

Escuela de Ciencias de la
Comunicación Colectiva (ECCC)

CEC-O-04

FORMULARIO PARA EL CONSENTIMIENTO INFORMADO

**Diseño de una sección periodística de literatura para el sitio web de la Revista digital
Sobrevuelo y su difusión por medio de redes sociales**

Código (o número) de proyecto: _____

Nombre de el/la Investigador(a) Principal:

Eduardo Antonio Bolaños Vargas

Nombre del/la participante:

Ana Beatriz Fernández - Semanario Universidad

INDICACIONES GENERALES: (para uso exclusivo de los y las investigadores/as)

- La información en el documento de consentimiento informado debe ser veraz, clara, precisa y escrita de manera que pueda ser entendida por los y las participantes y que no induzca a error, coacción, amenaza, fraude, engaño, coerción, manipulación o cualquier otro tipo de presión.
- El o la investigador(a) debe obtener el consentimiento informado, individual, voluntario, expreso, específico, escrito y firmado o con la huella digital del participante o de su representante legal en todas las hojas, y de un testigo imparcial en la hoja final. En el caso del representante legal; se debe incluir copia de documentación en donde se registre el derecho de representación legal.
- Indique al potencial participante, explícitamente, que el documento se llama así (consentimiento informado) y explique su función.
- Debe de aclararse al sujeto de participación que NO perderá ningún derecho legal por firmar este documento.
- Use el término "estudio de investigación" la primera vez que las palabras "estudio" o "ensayo" aparezcan en este documento.

Ana Beatriz Fernández

- El documento de consentimiento informado se debe redactar en segunda persona singular en todo el documento (usted).
- Si el sujeto acepta participar en el estudio, debe de firmar este documento en todas sus hojas en el espacio correspondiente que se encuentra en el margen inferior izquierdo de cada página.
- El o la testigo(a) firmante debe de ser mayor de edad, imparcial, quien podría ser un familiar, seleccionado por el participante o su representante legal, sin nexo con el equipo de investigación, los investigadores, los patrocinadores, las OAC ni OIC. El testigo debe ser una persona con capacidad suficiente para entender los alcances de su actuación, éste no tendrá acceso a la información confidencial del participante, ni estará presente cuando ésta se analice.
- Se le recuerda que si va a trabajar con adolescentes de edades entre 12 y 18 años, debe elaborar una fórmula independiente de asentimiento informado.
- Si él o la participante es un menor de 12 años, se le debe explicar con particular cuidado en qué consiste lo que se le va a hacer y contar con el consentimiento de sus padres o tutores legales.
- El documento original de consentimiento informado, lo conservará el/la investigador(a) y debe entregársele una copia fiel y exacta al participante. El/la investigador(a) será responsable del manejo confidencial del documento que se incluirá en el expediente de cada participante en la investigación.
- Se deberá adjuntar una copia del documento de identificación (cédula, pasaporte...del participante) a la copia del consentimiento informado que queda en el expediente del participante.
- Cualquier modificación en la relación riesgo-beneficio o en las condiciones que se presenten durante la investigación deberá ser informada a la persona participante, a efectos de que esta, mediante el otorgamiento de un nuevo consentimiento o de una adenda al principal, ratifique su permanencia en el estudio o ensayo, o bien, decida retirarse de este.
- Es obligación para el/la investigador(a) estudiar y apegarse a lo establecido en la Ley Reguladora de Investigación Biomédica n.º 9234.
- Borre todos los cuadros que incluyan instrucciones y ejemplos, así como cualquier otro texto que no sea aplicable a su estudio.

Ana B. del

A. PROPÓSITO DEL PROYECTO:

El propósito del proyecto de investigación es conocer las necesidades de la comunidad literaria costarricense (escritores, editores, ilustradores y diseñadores) con respecto al acceso a los medios de comunicación con secciones culturales, con el fin de diseñar una sección de noticias de literatura para la Revista Sobrevuelo (www.revistasobrevuelo.com). Para eso se estudiarán las tendencias en cuanto a géneros y formatos periodísticos de las publicaciones en Costa Rica y en medios internacionales, con la intención de hacer una propuesta acorde a las tendencias modernas.

La persona encargada de la investigación será el sustentante Eduardo A. Bolaños Vargas, estudiante de la licenciatura en periodismo de la Universidad de Costa Rica. El proyecto no cuenta con fuentes de financiamiento puesto que la mayoría de las actividades de investigación se harán por medios virtuales en el contacto de la pandemia del COVID-19.

¿QUÉ SE HARÁ?:

Su participación en la investigación a realizar consistirá en una entrevista estructurada con el sustentante, en el cual se compartirá información desde su punto de vista de persona experta, y como parte de la organización que representa (Semanao Universidad). Para participar solo es necesario organizar previamente el día o la hora en que se realizará la entrevista por un medio virtual que considere más conveniente (Zoom, Meet, Skype, etc) y la entrevista se realizará por una única vez, a menos que por condiciones especiales no se haya podido concluir en la primera ocasión. El tiempo de duración de la entrevista no será mayor a una hora, a menos que de mutuo acuerdo se llegue a la conclusión de que es necesario invertir más tiempo.

La información de la entrevista se sintetizará en puntos clave de estudio, temáticas o aportes especiales para poder profundizarlos y compararlos con la información de otras fuentes de investigación. En este sentido se obtendrá información que responda a las necesidades y expectativas de la comunidad literaria costarricense. Al ser medios virtuales las grabaciones se realizarán directamente en las plataformas, de no ser posible se hará una grabación del audio de la entrevista que luego servirá para la transcripción de la misma.

Ni las grabaciones, ni la transcripción se compartirán por otro medio que no sea en la sección de anexos del trabajo final.

B. RIESGOS:

La presente investigación no conlleva ningún riesgo para la persona participante.

C. BENEFICIOS:

La presente investigación no conlleva ningún beneficio para la persona participante. NO se obtendrá ningún beneficio directo.

D. VOLUNTARIEDAD:

La participación en esta investigación es voluntaria y la persona participante puede retirarse en cualquier momento o negarse a participar.

E. CONFIDENCIALIDAD:

La información consignada en la presente investigación es de uso exclusivo para el proyecto de estudio, no se distribuirá por ningún medio y solamente se publicará, de ser necesario, en el trabajo final de la investigación.

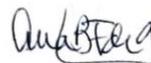
F. INFORMACIÓN:

Antes de dar su autorización para este estudio usted debe haber hablado con Eduardo Antonio Bolaños Vargas sobre este estudio, y él debe haber contestado satisfactoriamente todas sus preguntas acerca del estudio y de sus derechos. Si quisiera más información más adelante, puede obtenerla llamando al teléfono 7294-9141 o al correo EDUARDO.BOLANOSVARGAS@ucr.ac.cr. Cualquier consulta adicional puede comunicarse con la Vicerrectoría de Investigación de la Universidad de Costa Rica a los teléfonos 2511-4201, de lunes a viernes de 8 a.m. a 5 p.m.

H. Usted NO perderá ningún derecho legal por firmar este documento.

I. Usted recibirá una copia de esta fórmula firmada para su uso personal.

4



Nota: Se le recuerda que en concordancia con el Capítulo II, artículo 12 de la Ley Reguladora de Investigación Biomédica n.º 9234, el consentimiento informado y cualquier modificación a este deberá ser aprobado, foliado y sellado en todas sus páginas por el Comité Ético Científico, previo a su presentación a los eventuales participantes.

CONSENTIMIENTO

He leído o se me ha leído, toda la información descrita en esta fórmula, antes de firmarla (Se me ha brindado la oportunidad de hacer preguntas y éstas han sido contestadas en forma adecuada. Por lo tanto, accedo a participar como sujeto de investigación en este estudio.

*Este documento debe de ser autorizado en todas las hojas mediante la firma (o en su defecto con la huella digital) de la persona que será participante o de su representante legal.

Ana Beatriz Fernández González 106250678 Quezadas

Nombre, cédula, lugar, firma del sujeto participante o representante legal

fecha 20/08/22

Nombre, cédula, lugar, firma del/la testigo

fecha

Eduardo Antonio Bolaños Vargas, 205720470, San Isidro de Coronado, Costa Rica. 20 de agosto de 2022.



Nombre, cédula, lugar, firma de el/la investigador(a) que solicita el consentimiento
fecha