Presentación

Esta edición es el sexto volumen de una serie de publicaciones que como libro colectivo han venido realizando los miembros y colaboradores del Cuerpo Académico «Estudios de Cultura, Comunicación y Tecnologías de Información», grupo de investigación consolidado y reconocido por el Programa de Mejoramiento del Profesorado (PROMEP), dependiente de la Sub-Secretaría de Educación Superior de la Secretaría de Educación Pública en México.

En él se abordan temas relacionados con las líneas de investigación que se desarrollan de manera colegiada por el grupo, esto es, estudios sobre comunicación y cultura, comunicación y tecnología aplicadas a la educación, y comunicación pública de la ciencia.

La publicación se divide en tres partes y consta de ocho capítulos.

En la Primera Parte se incluyen cuatro trabajos relacionados con estudios sobre las comunidades universitarias de instituciones de educación superior públicas mexicanas. El primero de ellos, *El rol de la comunicación pública de la ciencia en la vocación de los investigadores,* cuyos autores son Abad Enríquez Rodríguez y Lucila Hinojosa Córdova, tuvo como propósito determinar si la comunicación pública de la ciencia (CPC) en sus diferentes manifestaciones, posee alguna influencia en la decisión de los investigadores para dedicarse a la investigación científica. Para ello se llevó a cabo una encuesta entre los investigadores de la Universidad Autónoma de Nuevo León pertenecientes al Sistema Nacional de Investigadores. Se evaluó, mediante un cuestionario, un conjunto de ocho factores; cuáles de ellos habían tenido mucha, poca o ninguna influencia en la decisión vocacional por la investigación científica. De acuerdo con lo esperado, la gran mayoría de los encuestados (97,8%) señaló más de un factor como influyente, sugiriendo que el fenómeno de la vocación por la investigación científica puede depender de múl-

tiples factores. En primera instancia, los resultados obtenidos permiten aseverar que la CPC, en sus diversas expresiones (libros, artículos periodísticos, productos audiovisuales y actividades diversas), desempeñó un rol importante en la decisión sobre la vocación científica de los investigadores encuestados, inclusive tan importante como el que debiera desempeñar el entorno familiar. A partir de estos resultados, y de resultados de investigaciones similares, se puede afirmar que la CPC, además de su función emblemática de informar y formar al ciudadano, también influye de una manera significativa en promover vocaciones científicas. Este trabajo, derivado de una tesis, fue reconocido con el Premio a la Mejor Tesis de Maestría en Ciencias Sociales 2012, en sesión solemne del Consejo Universitario de la Universidad Autónoma de Nuevo León.

En un segundo capítulo, *El diseño editorial como factor crítico en los patrones de consumo de medios impresos entre estudiantes universitarios,* la autora, Erika María Lizárraga Treviño, tiene como propósito determinar el impacto del diseño gráfico, como factor crítico, en los patrones de consumo, preferencias de productos y motivaciones hacia la lectura de medios impresos entre los estudiantes universitarios de la UANL, de las Facultades del Campus Mederos. El método de investigación utilizado fue no experimental, transeccional descriptivo, con enfoque cualitativo. Se utilizó como técnica el *focus group* y la población de estudio fueron los estudiantes universitarios del Campus Mederos. Las hipótesis que se pretendían demostrar fueron: 1) una de las principales motivaciones de la lectura de medios impresos como *El Norte y Vida Universitaria* es el contenido; 2) otra motivación detrás de la lectura de *El Norte y Vida Universitaria* es su diseño editorial; 3) el diseño editorial es un factor crítico en los patrones de consumo de lectura de libros, revistas, cómics y periódicos; 4) el diseño editorial influye, para que los lectores adquieran o consuman *El Norte y Vida Universitaria* más que otros periódicos. Pudimos observar que sí existe una lectura de medios impresos entre los estudiantes universitarios. Se comprobó que no consumen el impreso *Vida Universitaria* a diferencia del periódico *El Norte,* que lo consumen debido a que su familia tiene suscripción o está más disponible, además de *La Rocka*, del que consideran tiene un buen diseño y contenido. Otros resultados son: los periódicos los consumen con el propósito de estar informados; las revistas principalmente por su diseño; y los libros por recomendación, su editorial, las preferencias personales, el estudio y el diseño o portada, de donde se concluye que el diseño gráfico es un factor crítico en el consumo de medios impresos, dependiendo del tipo de producto que se consuma.

© Editorial Comunicación Social

Un tercer capítulo de esta Primera Parte corresponde a *Los usos culturales de la radio: un estudio de la apropiación de los valores de la identidad universitaria en programas de Radio UAT (Universidad Autónoma de Tamaulipas),* de Lorena Guerrero Ortiz, donde la autora aborda la identidad de las universidades, es decir, su ser y deber ser, se sustenta a través de la difusión de creencias y prácticas entre los miembros de su comunidad, puesto que son éstos los que la materializan y la hacen posible, por lo tanto al ser el grado de identificación de sus miembros lo que mantiene la operatividad de tales instituciones, hace imperante que las universidades tomen en cuenta el fenómeno para prevenir una desviación sobre el logro de sus objetivos. Lo deseable, dice la autora, es que exista una comunicación efectiva entre institución educativa y los alumnos que fomente una identidad en el estudiante universitario que corresponda con la misión, la visión y los valores de la institución ya que esto puede impulsar el desarrollo de la institución y los propios educandos. Hechas las consideraciones resulta oportuno a analizar el fenómeno de la identidad universitaria en los estudiantes desde la apropiación de la identidad y valores de su universidad y observar si existe o no correspondencia; además de que al abordar el fenómeno de la identidad a través del análisis del discurso de los estudiantes universitarios transmitido en el medio radiofónico de la UAT, desde su campus en Cd. Victoria, se aportan datos para futuros estudios que se realicen sobre la identidad universitaria de esta Universidad, tema que al menos hasta el momento de la presente investigación no había sido tratado.

Finalmente, esta Primera Parte se cierra con *El deporte y el uso del tiempo libre en una comunidad universitaria*, trabajo desarrollado por Víctor Hugo Gómez Garza, quien busca aportar información sobre los hábitos y prácticas culturales de la comunidad universitaria de la Universidad Autónoma de Nuevo León, en particular de los hábitos de la actividad físico-deportiva y el uso del tiempo libre de docentes/ investigadores, personal administrativo y estudiantes, para con ello obtener un diagnóstico a partir del cual se pueda elaborar una propuesta que atienda al consumo cultural de la comunidad universitaria en estos aspectos. El método utilizado fue de tipo no experimental, exploratorio-descriptivo, en donde se aplicó una encuesta a través de un cuestionario de 89 preguntas de opción múltiple como instrumento para la recolección de datos. La muestra fue de tipo probabilística por estratos, considerando 26 de las 28 facultades de la UANL en el universo de estudio, ya que en las otras 2 facultades no autorizaron la aplicación del cuestionario. La muestra total fue de 921 sujetos. Los resultados más relevantes encontra-

dos con la presente investigación fueron: el 61% de la muestra estudiada practica al menos una actividad físico-deportiva, no habiendo diferencia significativa entre hombres y mujeres; la actividad físico-deportiva que más practican es el caminar/correr, los docentes/investigadores en un 49%, los estudiantes en un 36% y el personal administrativo en un 35%; el 49% de la muestra señaló que practican al menos una vez por semana alguna actividad físico-deportiva; otras de preferencia son el fútbol y el gimnasio.

En la Segunda Parte se presentan dos estudios relacionados con la comunicación y tecnología aplicadas a la educación. El primero de ellos, *Desarrollo de habilidades digitales para la apropiación tecnológica en la formación de docentes con apoyo de objetos de aprendizaje abiertos (Open Learning Objects (OLO)* de las autoras Yolanda Berenice Sánchez González, Mónica Goncalves Losa y María Rosalía Garza Guzmán. Este estudio analizó, desde un enfoque cualitativo con estudio de casos, el proceso de apropiación tecnológica en los docentes que desarrollaban habilidades digitales en un programa formativo que integró objetos de aprendizaje (OA) abiertos. Detectando las potencialidades en su uso (como la variedad de temáticas, la información confiable, contenido multimedia, actividades de diagnóstico y cierre, accesibilidad, gratuitos y están disponibles para todos), las dificultades en su uso (como la falta de programas instalados necesarios para escuchar y visualizar los recursos y la navegación confusa), las implicaciones de utilizarlos (como tener conocimiento previo en la instalación de programas y uso de la computadora), y además la transferencia de aprendizaje en los procesos de enseñanza.

Un segundo trabajo trata acerca de *Incorporación de recursos de la Web 2.0 como elementos innovadores de apoyo en la dinámica docente*, cuyo autor, Sergio Guadalupe Torres Flores, presenta la experiencia con un grupo de profesores de educación básica superior a quienes se les ofreció incluir en su dinámica docente la incorporación de un *Blog* como recurso educativo y como propuesta de innovación en los procesos de enseñanza y de aprendizaje. Las redes telemáticas han sido un detonante que redimensiona los procesos de comunicación y de las nuevas formas de aprendizaje, la Web 2.0 ofrece libremente herramientas y aplicaciones que, mediante un sentido pedagógico, bajo un diseño instruccional, permite una integración más fácil e incluyente en los diferentes niveles educativos. La educación telemática mediada en las redes es en este contexto una innovación educativa un recurso de nuestra sociedad, esta modalidad educativa permite flexibilidad en espacio y tiempo, ade-

© Editorial Comunicación Social

más del aprendizaje extra áulico. Se propone una estrategia que permite contribuir con el desarrollo de nuevas formas de gestión en el ejercicio docente a partir de incorporar recursos con fines educativos disponibles en la Web 2.0.

En la Tercera Parte de esta edición, se incluyen dos trabajos que se relacionan con cuestiones de seguridad y salud, las que se abordan desde la perspectiva de la comunicación social. El primero de ellos, *Percepción y delitos de alto impacto en la sociedad mexicana: una década de inseguridad,* de Patricia Liliana Cerda Pérez, José Gregorio Jr. Alvarado Pérez, Emma Cerda Pérez, se analiza cómo la percepción no crea la realidad y ésta, a su vez, no se basa tampoco exclusivamente en los datos que aporta la realidad. En dicho proceso impacta la forma y la manera gestada en los relatos de los amigos; el tratamiento de los medios de comunicación; la percepción de los familiares; la aprehensión al tema e incluso los rumores que se manejen respecto del tema. De la situación actual que se vive a nivel nacional en México y más específicamente en Nuevo León, desde principios de este siglo se observa y presenta un incremento en las diferentes problemáticas ligadas a la inseguridad, las cuales han sido directamente proporcionales al aumento de percepción de la inseguridad en diferentes áreas del país. El análisis de la percepción en materia de inseguridad en México conlleva a ubicarnos en la Primera Encuesta Nacional sobre Inseguridad Pública en las Entidades Federativas, realizada por el Instituto Ciudadano de Estudios sobre la Inseguridad. Este trabajo es un análisis de sus principales indicadores, donde se detectó que en comparación con el año 2000, el 75% de los mexicanos a lo largo del territorio nacional percibía ya para ese momento un incremento en algunos de los delitos que se llevaban a cabo ese año.

El otro trabajo que se incluye en esta Tercera Parte, *Efectos de la publicidad televisiva de los «productos milagro» en el consumo de los usuarios,* de María Sanjuana Carmona Galindo, tiene como propósito dar a conocer la publicidad engañosa que se transmite a través de la industria televisiva mexicana. Se presentan los resultados de una encuesta que se aplicó a 460 hombres y mujeres con el objetivo de identificar los *productos milagro* que la población ha consumido, ya sea por la influencia publicitaria transmitida por la televisión o por recomendación de alguna otra persona, haciendo énfasis sobre los exagerados resultados que manifiestan en su publicidad. Entre los principales resultados se obtuvo que las mujeres adquieren más productos de este tipo que los hombres; las personas que más consumen se encuentran comprendidas entre las edades de 21 a 30 años; entre los productos de mayor demanda son los que atienden al as-

pecto personal y el consumo se centra en los llamados para la reducción de peso, es decir, la obesidad y los tratamientos de belleza.

El libro va dirigido a profesores e investigadores de las ciencias de la comunicación, estudiantes de posgrado y público interesado en los temas tratados. A pesar de ser en su esencia estudios con rigor científico, tratados teórica y metodológicamente con apego a las normas de la investigación científica, su discurso es claro, preciso y sencillo, de fácil acceso para todos los públicos.

La edición tiene importantes contribuciones, ya que, por una parte, los estudios enfocados a las comunidades universitarias son escasos, tal vez por la circunscripción de su objeto y sujetos de estudio; sin embargo, las instituciones educativas se interesan cada vez más por conocer sus comunidades como parte de una cultura organizacional orientada a la mejora continua y bienestar de sus trabajadores, por lo que las aportaciones de este libro pueden despertar el interés por realizar estudios semejantes en otras instituciones que sirvan de fundamento para el desarrollo de programas institucionales y estratégicos dirigidos a atender sus necesidades de consumo y práctica cultural, temas que se tratan en la primera sección.

Por otra parte, en la segunda sección se presentan temas que siempre serán de interés para los docentes e investigadores educativos, como el conocer más acerca de cómo mejorar su práctica en el aula con apoyo de la tecnología. La incorporación competente de las TIC's en al ámbito educativo es una tarea a la que pueden coadyuvar las instituciones de educación superior con capacitación especializada y permanente para los docentes, conociendo más acerca de sus necesidades de capacitación y apoyo, para que sus procesos comunicativo-educativos tengan éxito y se propicie la mejora continua del aprendizaje de los estudiantes a través de múltiples canales de comunicación y plataformas tecnológicas.

Y en cuanto a la tercera sección, el tema de la inseguridad está no sólo en la agenda local, sino también a nivel nacional e internacional, por lo que conocer la percepción de los ciudadanos mexicanos puede orientar estudios semejantes en otras latitudes del planeta, compartir experiencias y mejores prácticas, al igual que el conocer más acerca de la publicidad de productos «milagro» y sus estrategias para inducir a su consumo, estos son dos temas críticos, de profundas implicaciones para el bienestar ciudadano y cuyo interés trasciende las fronteras nacionales, convirtiéndose en temas que demandan la atención de todos los países.

Esta edición se realizó gracias al apoyo del Fondo de Investigación Científica Básica de la SEP/CONACYT, aplicado al proyecto 106600

 © Editorial Comunicación Social

en su tercera fase, como parte del cumplimiento de sus metas y productos. Un agradecimiento especial a las autoridades universitarias de la Universidad Autónoma de Nuevo León, por brindar las facilidades y el soporte necesario para la realización de los trabajos que constituyen el libro, el cual también se enmarca en los festejos del 80 Aniversario de la UANL (1933-2013), como una contribución académica para el logro del Plan de Desarrollo Institucional 2012-2020 del Sr. Rector, Dr. Jesús Ancer Rodríguez, y de la Visión UANL 2020.

Alere Flammam Veritatis
Monterrey, N.L, septiembre de 2013

Lucila Hinojosa Córdova
Coordinadora de la publicación