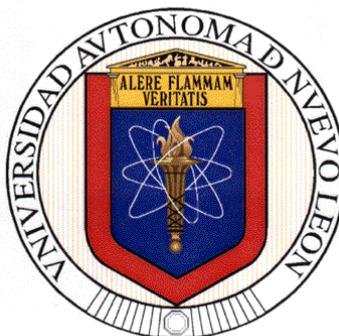


**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN
FACULTAD DE ARTES VISUALES
DIVISIÓN DE ESTUDIOS DE POSGRADO**



**LOS HÁBITOS DE LECTURA EN EL CONSUMO Y PRÁCTICAS
CULTURALES DE LA COMUNIDAD UNIVERSITARIA
DE LA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE
NUEVO LEÓN**

Por:

Lic. María Esther Martínez Barraza

Asesora:

Dra. Lucila Hinojosa Córdova

Como requisito parcial para obtener el Grado de Maestría en Artes
con Especialidad en Educación en el Arte

Monterrey, N. L., noviembre de 2008

**LOS HÁBITOS DE LECTURA EN EL CONSUMO Y PRÁCTICAS
CULTURALES DE LA COMUNIDAD UNIVERSITARIA DE LA
U.A.N.L.**

Aprobación de tesis:

DRA. LUCILA HINOJOSA CÓRDOVA
Asesora de Tesis

DR. MARIO MÉNDEZ RAMÍREZ
Subdirector de Posgrado de Artes Visuales

*A mi esposo José Luis,
por su amor y comprensión,
a lo largo de este camino emprendido.*

*A mis Hijos:
Gilma, Josué y Jossy,
Edrey y
Damaris
por su amor, cariño y ternura,
por compartir su tiempo y espacio
en este arduo trabajo,
que sin su comprensión
no hubiera obtenido este logro.*

Agradecimientos

A Dios, por brindarme la vida, encaminarla y por permitirme lograr este objetivo en mi persona.

A mi esposo y mis hijos que soportaron con paciencia mis ausencias y descuidos en relación a ellos.

A mi Directora de Tesis, Dra. Lucila Hinojosa Córdova, por su paciencia e ilimitada colaboración, orientación y enseñanzas que fueron determinantes en mis estudios.

A los Directivos de la Preparatoria Núm. 22 de la UANL, por su valioso apoyo y facilidades en este proyecto.

A mis compañeros de estudios de Posgrado, por el compañerismo y amistad brindada a lo largo de la Maestría.

A mi gran amiga Myrella Ibarra, primeramente por su amistad a través de los años, con quien he compartido los vendavales y satisfacciones de la vida, por lo que durante estos meses nunca puso límites en su esfuerzo, empeño y creatividad para que este trabajo fuera de lo mejor.

A mi amigas las maestras, Alma Flores y Monserrat Arango, por su apoyo incondicional y muestras de amistad.

A todos los que de alguna manera participaron en este trabajo, por su apoyo y tiempo dedicado, mil gracias.

Lic. Esther Martínez Barraza

RESUMEN

Lic. María Esther Martínez Barraza Fecha de graduación: Noviembre de 2008

Universidad Autónoma de Nuevo León

Facultad de Artes Visuales

**Título: LOS HÁBITOS DE LECTURA EN EL CONSUMO Y PRÁCTICAS
CULTURALES DE LA COMUNIDAD UNIVERSITARIA DE LA UANL**

Número de páginas: 107

Candidata para el grado de Maestría en Artes
con acentuación en Educación en el Arte

Área de Estudio: Maestría en Artes

Propósito y Método de Estudio:

El objetivo de esta investigación fue proporcionar información de los hábitos y prácticas culturales de la comunidad universitaria, aportando con ello conocimiento en especial de los hábitos de lectura de docentes e investigadores, personal administrativo y alumnos en relación a libros, diarios, revistas y comics.

El método de investigación utilizado fue de tipo no experimental, exploratorio-descriptivo y en donde se aplicó un cuestionario con 89 preguntas de opción múltiple como instrumento para recolectar datos. La muestra fue de tipo probabilística estratificada por lo que nuestra población fue dividida por estratos (23 de las 26 facultades de la UANL).

Contribuciones y Conclusiones:

Los resultados más relevantes encontrados con la presente investigación fueron:

- a) La comunidad universitaria ha leído al menos un libro en los últimos 12 meses.
- b) Se tiene mayor preferencia por la lectura extraescolar (no académica).
- c) El formato impreso (libro) es el más utilizado por los encuestados.
- d) Manifestaron mayor gusto por leer diarios de la localidad, que por los libros.
- e) Resalta el poco interés en la lectura de revistas, comics e historietas.
- f) Los encuestados manifestaron sentirse más motivados a leer por placer y no por obligación.

FIRMA DEL ASESOR: _____

ÍNDICE DE CONTENIDO

	Página
Agradecimientos	iv
Resumen	v
Índice	vi
Lista de Tablas	viii
Lista de Figuras	ix
Capítulo 1. Introducción	1
1.1 Planteamiento del problema	4
1.2 Objetivo general	4
1.3 Objetivos específicos	5
1.4 Preguntas de investigación	5
1.5 Limitaciones y delimitaciones	6
1.6 Justificación	6
Capítulo 2. Fundamentación	9
2.1. Sobre la Cultura	9
2.2. Los Estudios Culturales	13
2.3. Los estudios culturales en México	16
2.4. Consumo y práctica cultural	17
2.5. Las Industrias Culturales	23
2.6. Las Políticas Culturales	24
2.7. Educar para el Arte	28
2.8. Hábitos de lectura	33
Capítulo 3. El Método	41
3.1. Tipo de investigación	41
3.2. Hipótesis	43
3.3. Población y Muestra	44

3.3. Tamaño y selección de la muestra	46
3.4. Técnica e Instrumentos de Medición	57
Capítulo 4. Resultados	59
4.1. Tablas de resultados	59
Capítulo 5. CONCLUSIONES	82
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	88
ANEXOS	91

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA		Pág.
1	Diseño de la muestra para alumnos	54
2	Diseño de la muestra para docentes	55
3	Diseño de la muestra para personal administrativo	56
4	Libros leídos en los últimos doce meses	60
5	Libros leídos en los últimos doce meses (Sexo del entrevistado)	61
6	Promedio de libros leídos en 12 meses	61
7	Nacionalidad de autores de preferencia	62
8	Comparativo de nacionalidad de autores con el origen de películas	64
9	Autores preferidos	65
10	Cantidad de libros que se poseen en casa	66
11	Acostumbra lectura no académica	66
12	Frecuencia de lectura no académica	67
13	Comparativo de lectura no académica con consulta de Internet	68
14	Preferencia de género literario (orden de preferencia)	69
15	Lugar donde leen con mayor frecuencia	70
16	Comparativo de lugares de lectura con preferencia para escuchar música	71
17	Formato preferido de lectura	72
18	Edad del entrevistado (según su estrato)	73
19	Motivación a la lectura	74
20	Modo de acceso a los libros	75
21	Frecuencia con que lee los periódicos	76
22	Periódicos de preferencia	77
23	Frecuencia con que lee revistas	78
24	Revistas de preferencia	79
25	Frecuencia con que lee cómic o historietas	80
26	Cómic o historieta de preferencia	81

LISTA DE FIGURAS

TABLA		Pág.
1	Propuestas de educar para el arte 29

1. INTRODUCCIÓN

Haciendo una reflexión de las ocasiones en que he asistido a la Feria del Libro en nuestra localidad, me he preguntado si la mayoría de las personas que asistimos y adquirimos el acervo puesto a nuestro alcance, estaremos concientes de la oportunidad que representa el leer el pensamiento vivo de los autores, y de la invitación implícita en papel. Viene a mi mente la siguiente frase de Gabriel Zaid (1996, p. 21):

“Qué demonios importa si uno es culto, está al día o ha leído todos los libros, si lo importante es cómo se anda, cómo se ve, cómo se actúa, después de leer. Si la calle, las nubes, la existencia de los otros, tienen algo que decirnos: si tan solo leer, nos hace físicamente más reales. . .”

Lo que trato de decir es que la lectura debería de incidir en la vida de cada uno de nosotros, de tal manera que como el mismo autor lo señala: *Los libros son “letra muerta” mientras no favorezcan la animación de la vida* (p. 21).

A lo que Alfonso Reyes dice: *“Hay que acercarse a las letras con inteligencia de amor, es la única actitud legítima del hombre”* (1983, p. 409).

No debemos medir nuestra cultura por la cantidad de libros leídos, más bien debemos medirla por las áreas de oportunidad de mejorar nuestra calidad de vida.

Consientes de la palabra viva, la Universidad Autónoma de Nuevo León se encuentra en un proceso de desarrollo en el que la planeación estratégica es fundamental para que todas las dependencias tengan un rumbo definido a seguir, donde los objetivos estratégicos, políticas, estrategias, programas y metas aseguren el logro de una misión y visión institucionales.

Las Facultades de Ciencias de la Comunicación y de Artes Visuales tomaron la iniciativa de participar de manera proactiva en estas aspiraciones institucionales, mediante el desarrollo del proyecto de investigación titulado ***“Educación, Consumo y Prácticas Culturales de la Comunidad Universitaria de la Universidad Autónoma de Nuevo León”***, el cual pretende contribuir al logro de una de las metas relevantes del Plan de Desarrollo Institucional 2007-2012:

- Contar con un programa de investigación que permita atender adecuadamente el consumo cultural de la comunidad universitaria” (Visión 2012 UANL, p. 27)

El propósito fundamental de la investigación es proporcionar información de los hábitos y prácticas culturales de la comunidad universitaria, aportando con ello conocimiento acerca de las actividades pertenecientes al ámbito cultural que desarrollan el personal docente, personal administrativo y estudiantes universitarios, por lo que la investigación se considera conveniente en el marco institucional descrito.

Uno de los atributos institucionales que se destacan en la Visión UANL 2012 es el humanismo, el cual se busca que recorra transversalmente los procesos educativos de la

Universidad para una formación plena de los estudiantes, una consolidación integral de los profesores y una capacitación continua del personal administrativo.

Uno de los rasgos por los que esta Visión proyecta caracterizarse es el de desarrollar programas de buena calidad para la atención y formación integral de sus estudiantes, que además de contener aspectos propiamente disciplinarios, incorporen elementos culturales, deportivos, recreativos, de salud y de desarrollo personal que fomenten en ellos una vida sana, la creatividad, el manejo de lenguajes y un mejor desempeño académico, entre otros aspectos.

Por otro lado, se espera que los profesores posean también una formación integral que les permita no sólo la consolidación de su competencia académica, sino el desarrollo de un perfil humanista acorde con el modelo educativo de la UANL. De ellos se desprende la utilidad práctica del proyecto al obtener un diagnóstico de los perfiles del consumo cultural de la población estudiada que permita la planeación institucional para atender sus demandas.

Los resultados de la investigación aportan información valiosa para la elaboración de políticas culturales institucionales de la Universidad que, inscritas transversalmente en los objetivos estratégicos, estrategias y programas de la Visión UANL 2012, permitan considerar la diversidad y las particularidades de estos hábitos de consumo y prácticas culturales en la formación integral de los universitarios, también permitirán análisis y diagnósticos como parte de un programa continuo para atender adecuadamente la demanda cultural de los universitarios; obtener indicadores que permitan hacer comparaciones en el

tiempo; realizar monitoreo y evaluación de iniciativas que se implementen; y, mas allá, llevar a cabo una planeación que promueva la producción y consumo culturales para la educación integral.

El estudio se desarrolla bajo la perspectiva teórica de los estudios culturales, específicamente de los enfoques relativos al consumo y prácticas desarrolladas por autores como Néstor García Canclini, Ana Rosas Mantecón, entre otros. Son pocos los estudios que bajo este enfoque se han realizado analizando el comportamiento cultural de una comunidad universitaria, de ahí la importancia de las contribuciones de los resultados de esta investigación al campo de los estudios culturales.

1.1 Planteamiento del problema

¿Cuáles son los hábitos de consumo y prácticas de lectura de la comunidad universitaria de la Universidad Autónoma de Nuevo León?

1.2 Objetivo general

Conocer los hábitos de lectura que tiene la comunidad universitaria en relación a los libros, diarios, revistas y comics.

1.3 Objetivos específicos

- ❖ Determinar el número de libros leídos por estudiantes, docentes y personal administrativo en los últimos 12 meses
- ❖ Conocer preferencias de lectura de estudiantes, docentes y administrativos.
- ❖ Comprobar qué lecturas son escolares y cuáles extraescolares.
- ❖ Analizar su preferencia por la lectura impresa o digital.
- ❖ Describir sus motivaciones hacia la lectura.

1.4 Preguntas de investigación

- 🌐 ¿Cuántas publicaciones ha leído la comunidad universitaria en los últimos 12 meses?
- 🌐 ¿Cuáles son los autores más leídos por la comunidad universitaria?
- 🌐 ¿Que tipo de lectura le atrae más?
- 🌐 ¿Cual es la frecuencia de lectura que tiene el comic en la comunidad universitaria?
- 🌐 ¿Qué tanto lee la comunidad universitaria las publicaciones editadas por la UANL?
- 🌐 ¿Qué preferencias tiene la comunidad universitaria hacia los tipos de lectura impresa o digital?

1.5 Limitaciones y delimitaciones del estudio

Los factores que limitaron nuestra investigación fueron los siguientes: la disposición del entrevistado, el tiempo que pudo darle a la entrevista, nivel cultural, presión de grupo y conocimiento del tema. El enfoque de nuestra investigación se limitó a la lectura de libros, revistas, periódicos y comics.

La investigación tuvo un alcance institucional y además componentes cuantitativos y cualitativos. Es un estudio descriptivo, donde se aplican técnicas de investigación como la encuesta en una primera fase, y entrevistas y grupos de discusión en un segundo momento a muestras representativas de la población docente, personal administrativo y estudiantes universitarios de las 26 Facultades y Escuelas de la UANL, mayores de 17 años, de ambos sexos y de distintos estratos socioeconómicos.

1.6 Justificación

El estudio fue conveniente porque nos proporcionó información sobre los hábitos y tipos de lectura de la comunidad universitaria.

Aporta conocimiento acerca de los patrones de lectura de cada individuo así como el del conocimiento de autores de preferencia, lo que permite observar su grado de formación cultural y social.

Evaluar la práctica de la lectura en un ambiente universitario es útil y necesaria para ver si el estudiante o docente puede fácilmente desarrollar habilidades de fácil aprendizaje e incluso de mejora en temas culturales y ampliación de conocimiento, esto se dará

previamente teniendo el concepto de hábitos de lectura definido y determinando que tipo de lectura posee el individuo, sea estudiante o docente para atender a sus demandas en un momento dado.

Aportaciones desde la educación para el arte se pueden determinar en base a el nivel y tipo de lectura que tenga, pues si se determina que un porcentaje de lectura se enfoca a temas de interés cultural y de aprendizaje, permite que el nivel cultural del individuo se desarrolle, llegando a apreciar a mayor escala las diferentes demostraciones de cultura, incrementando su interés en las mismas, así como aportar de su propia inspiración, ideas y fuentes culturales para que otros pueden llegar a beneficiarse.

La justificación de este estudio la encontramos en varios parámetros: primero, es necesario establecer la importancia de la competencia lectora para vincularla a las necesidades de la comunidad universitaria, a las necesidades de la sociedad. Consideramos que la Visión 2012 ya los ha considerado y en su proyecto están previstos para ser cumplidos en esa fecha.

La tesis la orientamos a comprender cuáles son los hábitos de lectura, pero también a cuáles son las habilidades y capacidades que se ejercen en esa actividad.

La misma visión universitaria expresa en el área de tópicos selectos que es necesaria para todos los estudiantes de la Universidad una formación con un perfil humanístico deseable.

Nuestra investigación está fundamentada en teorías de la educación, antropología y comunicación, con puntos enfocados en cultura, consumo y práctica cultural, estudios culturales nacionales e internacionales, políticas culturales, locales y estatales, estudios comparativos en hábitos de lectura local e internacional.

La conveniencia de este estudio reside, en que por primera ocasión, se aplica específicamente a la comunidad universitaria de la UANL, en donde los resultados que arroje nos brindarán una pauta para el diagnóstico de las necesidades culturales de ésta, así como las bases para elaborar propuestas acerca de una política cultural universitaria que fomente la lectura.

2. FUNDAMENTACION

Una vez definido el planteamiento del problema y precisado su objetivo general y sus objetivos específicos, los cuales determinan el fin de la investigación, se hace necesario establecer los aspectos teóricos que sustentan el estudio en cuestión mediante el Marco Teórico, siendo éste el resultado de la revisión documental-bibliográfica, el cual consiste en una recopilación de ideas, posturas de autores, conceptos y definiciones, que servirán de sustento en la investigación por realizar.

2.1 Sobre la cultura...

En la vida cotidiana, es tan común reflejar la educación y cultura en la cual el individuo se ha desarrollado, además de presentarse situaciones en las cuales aflora dicha educación. Por ende y con el fin de poder entender el porqué es tan necesaria la cultura en nuestro diario vivir, necesitamos comprender al máximo las implicaciones, beneficios y motivaciones que esta misma nos presenta y otorga. Es necesario como primer paso entender el concepto CULTURA como tal. Algunas descripciones del mismo son las que escritores han dado como por ejemplo, la proveniente del verbo latín *Cultivar*, donde etimológicamente significa cultivo o cultivar. Por tanto, no es solamente el proceso de la actividad humana, que Francis Bacon llama metafóricamente la “*geórgica del ánimo*” (*De dignitate et augmentis scientiae*, VII, 1); es también el producto de tal actividad, de tal

formación, o sea, es el conjunto de maneras de pensar y de vivir cultivadas, que suelen designarse con el nombre de civilización. Así entendida, cultura es un nombre adecuado para aplicarse, *sensu lato*, a todas las realizaciones características de los grupos humanos. En él están comprendidos tanto el lenguaje, la industria, el arte, la ciencia, el derecho, el gobierno, la moral, la religión, como los instrumentos materiales o artefactos en los que se materializan las realizaciones culturales y mediante los cuales surten efecto práctico los aspectos intelectuales de la cultura (edificios, instrumentos, máquinas, objetos de arte, medios para la comunicación, etcétera).

Otro concepto de la misma palabra es el utilizado como y para entender, asimilar y mejorar el modo de vida que tienen los seres humanos en base a su educación y conocimiento, aplicando dicho entrenamiento o CULTURA en su diario vivir, reflejando así los aspectos intelectuales de la interacción en la civilización, lo cual es claramente reflejado en el crecimiento de la población o en el pobre desempeño educativo – relacional en su entorno. Este concepto es poco visto en el mundo moderno o más propiamente, pasa desapercibido por las aceleraciones y ritmos del modo de vida; mas, sin embargo, es el concepto que más afectaciones puede tener al ser humano, ya que partiendo de esta base se podría medir el crecimiento intelectual y de civilización y por ende el desarrollo del individuo o, en su defecto, determinar porqué el individuo o grupo de individuos no han podido desarrollar ciertas aptitudes o habilidades que le permitan el poder desempeñarse mejor en su vida cotidiana.

Otro precepto más de CULTURA es el conjunto de todas las formas y expresiones de una sociedad determinada o individuo como tal. Es por esto que se incluyen costumbres,

prácticas, códigos, normas y reglas de la manera de ser, de su vestir, creencias, ritos y normas de comportamiento. Desde un punto de vista más claro y entendible, se pudiera decir que la cultura es toda la información y habilidades que posee cada individuo.

Por su parte, Hall, Easthope y Turner, mencionados por Zalpa (2000, p. 113) muestran su concepto de la cultura definido como un canon de la literatura culta, por contraposición a la literatura popular, mostrándolo como un medio y forma de vida en particular, que expresa ciertos significados y ciertos valores, tanto en arte y educación, así como en instituciones y conducta ordinaria, obteniendo un esclarecimiento de los valores implícitos en dicho medio de vida, por decirlo así, todo el entorno que rodea la forma de vivir de cada individuo en particular, es su concepto de cultura y entendimiento de la misma.

Bajo el mismo concepto de ideología, Passeron, citado por Giménez (1999, pp. 119-120) detalla aun más su propio concepto de cultura, dividiéndolo en tres sentidos básicos, como estilo de vida, comportamiento declarativo y como corpus de obras valiosas. Bajo el primer sentido cultural, es indicado que la mayor parte del simbolismo social o del individuo en la sociedad, está relacionado a su concepto de cultura, esto es su organización social y forma de pensamiento dirigido a un grupo en especial, como tal es su interacción física, espiritual y material, lenguaje, gustos y acciones hacia donde orienta su actividad social. Por su parte, los otros dos sentidos, con una estructura primaria en el primer sentido, difieren brevemente de la descripción ya expresada, en su caso por ejemplo, el comportamiento declarativo sería la forma en la que ésta es expresada en la sociedad, tales como ideologías, grupos, religión o filosofía, y en el tercer sentido, donde un grupo

privilegiado, con un trato especial dado sus valores artísticos y simpleza de expresar sus ideologías, funcionan como símbolos de su entorno social.

Según Gómez, la dimensión de la cultura ha obtenido una importante y sobresaliente presencia en los estudios de comunicación en México en estos últimos tiempos. Además, la ampliación de las perspectivas teóricas y del establecimiento de centros de investigación han aportado nuevas posturas conceptuales y metodológicas de indagación, buscando la visibilidad y legitimización de la comunidad de Estudio, considerándola una transición “Estructural” (Gómez, 2006, p.11)

Además, comentó que ha logrado obtener un gran impacto con las llegadas de las nuevas tecnologías, y que la metodología presentada en sus escritos, ha ayudado en las cuestiones de sistematización y organización de los nuevos conceptos culturales

Por su parte Delgado identificó en sus estudios culturales la inquietud de lectura que poseen los habitantes urbanos de ciudades concretas como México, Guadalajara, Monterrey y algunas otras, buscando obtener un resultado de alcance local y que permita a los investigadores de los consumos culturales, el definir grupos de investigación ubicados por su rango de importancia, mismos que les permitirían tener una percepción más cercana y allegada a las audiencias y públicos y sus gustos, ya que al tener los hábitos, gustos y usos y preferencias de los sujetos, permite llegar a una mejor concentración de resultados en el uso de los consumos culturales, dado el impacto y repercusión que tienen dichos resultados en cada individuo en particular (Delgado 2007, p. 44).

2.2 Los Estudios Culturales

Los padres de los estudios culturales en sus diferentes estudios han suscitado trabajos muy abundantes y muy contradictorios, ya que sus vertientes o simientes pueden diferir en ambos polos u horizontes, desde modos de vivir y pensar, hasta obras denominadas cultura de masas, donde por ejemplo, se pueden apreciar los diferentes apreciaciones y gustos culturales que poseen los individuos donde tenemos a un Mozart contra un Michael Jackson. El estudio de dichos preceptos y la reflexión en ellos ha permitido ver y experimentar el avance que han tenido con referencia a la cultura, ya que impulsados por la dinámica del éxito alcanzado, han generado una diversidad de antecedentes y motivaciones para el individuo, permitiendo que la propia naturaleza del ser, junto a su vaivén de cuestionamientos e institucionalidad le permita entender y aportar cuestiones a dicho estudio cultural. Conscientes de este aspecto, los padres de la cultura y sus materiales elaborados han influido en diferentes etapas del desarrollo de la humanidad, permitiendo por lo mismo que el crecimiento de las personas sea hacia una tendencia en particular, por ejemplo, tenemos la transición del pensamiento denominada Culture and Society. Dicha publicación y estudios permitieron mostrar como para ciertos estratos sociales, la cultura ha sido descalificada por no considerarla rentable.

En dichos escritos por ejemplo, Thomas Carlyle, citado por Mattelart (2004, pp. 19-20) no cesa en buscar la creación de hombres con un fin específico, una nación de héroes donde una animada religión es el punto de cohesión.

Entre sus patrimonios tenemos el literario y romanticismo donde, por ejemplo, su valor literario se convierte en el reto de intercambios relacionados de fuerza entre las

culturas mientras que por otro lado tenemos lo vivido frente a lo concebido, viendo así el rasgo estratégico del espacio literario.

Entre los diferentes alcances que se le ha tratado de dar a la cultura es el de poder utilizar su influencia en las personas para poder crear en ellos una culturización o civilización que reporte un crecimiento intelectual, ya que por ejemplo en la Inglaterra antigua, intelectuales como Shakespeare tuvieron influencia en la gente de su derredor.

El dilema al que se han enfrentado dichos estudiosos de la Cultura ha sido el de poder identificar hacia qué personas poder dirigir el enfoque de dicho material o conocimiento, si a las masas o a la clase, ya que el dilema que tuvieron escritores como Carlyle, Arnold y Leavis citados por Mattelart (2004, p.35), entendieron que el papel de la cultura tenía la facilidad y oportunidad de poder apoyar la reconstitución de una comunidad, nación contra los diferentes fuentes disolvistas que pudieran afectar, ya que al poder hacer que se asimilara de mejor manera las cuestiones culturales, las clases entendían mejor el papel a desempeñar.

La considerada época de las primaveras de los estudios culturales (inicios de la Escuela de Birmingham, 1964 -1980) permitió obtener diferentes estudios donde se tomaba la reconsideración de las sociabilidades y de las culturas populares, donde era analizada la importancia y posibilidad de prestar atención a diferentes aspectos de la sociedad e individuos tales como, por ejemplo, las relaciones entre las generaciones y su comportamiento social.

La escolarización de dichas generaciones culturales, redefine el ámbito de posibilidades que las personas tendrán en el desempeño de sus actividades y proyectos globales, y por ende su alcance cultural que tendrá en el medio que se desenvuelva.

Por su parte, Figueroa comenta en sus estudios sobre las políticas culturales en un contexto mundializado, acerca de la distinción entre la globalización en los campos económicos y tecnológicos, para poder mostrar las identidades de lo global y nacional y en su respectivo rubro, lo local. Nos muestra cómo dichos procesos culturales han tendido a crear exclusión en ciertos estratos de la sociedad cultural, mientras que otros grupos han logrado generar proyectos de desarrollo interesantes, en base a las mismas aplicaciones de políticas culturales. Dado el crecimiento que gracias a la globalización se ha logrado obtener, ha sido impulsora del fortalecimiento de las peculiaridades cultural, social e identitaria, creando un nuevo orden mundial en cuanto a la multiplicación de flujos de ideas e ideologías, bienes, imágenes, tecnologías, técnicas y sus afectaciones en los sujetos implicados.

Esto le ha permitido concluir que la globalización, en específico de políticas culturales, ha permitido la polarización de un mundo acelerado, con sistemas flexibles de producción y sofisticadas pautas de consumo y sus políticas, mientras que en comunidades aun aisladas a la globalización, el paso es aun lento, alejados de la cultura y sus impactos culturales (Figueroa 2006, pp. 158-159).

2.3 Los Estudios Culturales en México

García Canclini comenta en su artículo *El Consumo Cultural en México*, (1993, p.15) sobre cómo era posible que un país como el nuestro, donde se manifiesta una gran preocupación por extender los vínculos del arte y la cultura hacia las masas, no se hicieran investigaciones sobre públicos, consumo y recepción de bienes culturales. Coincidimos con el autor en que, fundamentalmente, esto se debió a que el diseño e implementación de las políticas culturales se desarrolló a lo largo del siglo en un contexto antidemocrático que consideraba innecesarias las evaluaciones sobre las necesidades y demandas de los públicos.

Es por dichos estudios que nos encontramos ante una diversidad de vetas que se han explorado y con sus métodos puestos en práctica. Los impulsos de las investigaciones sobre el consumo cultural tienen su fundamento en tres ámbitos de la sociedad, instituciones gubernamentales de cultura, espacios académicos e industrias culturales (Rosas, 2001, p. 255).

Los principales centros de estudio de consumo cultural en México son las universidades y otros centros de investigación donde por recursos provenientes de instituciones culturales y gubernamentales, atienden además de las cuestiones culturales, los aspectos sociales de comunicación (p. 257).

2.4 Consumo y práctica cultural

Dadas las implicaciones, afectaciones y beneficios que dicho entendimiento puede tener en cada individuo, es necesario llevar los planteamientos de CULTURA y sus estudios hasta un grado aún mayor, no sólo como racionalidad económica, sino como García Canclini mencionó, en referencia a lo sociocultural, el consumo se construye en parte de la racionalidad integrativa y comunicativa de la sociedad, esto es, que sus niveles de consumo se verán afectados en base a los diferentes conceptos culturales y tomando el precepto de que el “conjunto de procesos socioculturales en que se realizan la apropiación y los usos de los productos simbólicos” (1993, p. 24). Con esta definición se amplía la perspectiva del consumo cultural, para entender no solo como la recepción de un producto particular, sino como el conjunto de procesos que atraviesan y condicionan dicha recepción.

Es por tanto necesario entender las diferentes prácticas culturales y de equipamientos y ofertas culturales que pudieran en un momento determinado permitir al individuo beneficiarse de dicho precepto e información. En un decir más claro, cómo las ofertas de cultura existente así como los patrones y entendimiento de cultura pueden beneficiarle a ser un individuo más integrado a la sociedad, y con aportaciones intelectuales que le puedan reportar beneficios a su medio ambiente o comunidad (González y Chávez, 1996, p. 45).

Como práctica cultural debe ser entendido el impacto de los conocimientos y aplicaciones de la cultura en el comportamiento del individuo, algo ya descrito

anteriormente, pero aclarando el beneficio Mente - Razón que impera en dicha relación, esto es, permitir a nuestro ser pensante o mentalidad, ejercer la razón en base a su cultura para poder desempeñar o reflejar el crecimiento intelectual que tiene, mismo que reflejará en su forma de entender y solucionar las cuestiones a las que se enfrente.

Entendiendo un poco la historia de la cultura y las afectaciones que ha tenido al paso del tiempo, se pudiera demostrar como por ejemplo en la Roma y Grecia antigua, la poesía, la elocuencia, la Filosofía eran parte cotidiana de la cultura del individuo, consideradas como buenas artes y se consideraban esenciales para la formación del hombre verdadero, de perfecta y genuina naturaleza, un hombre concebido como pura mente, puro espíritu. Además se podían definir en dos conceptos diferentes de Arte, el concepto de artes liberales y artes manuales, ya que mientras unas permitían el ejercicio de la libre razón y libre intelecto, el otro implicaba esfuerzo humano o trabajo de cuerpo, de ciertas maneras serviles, pero que les permitía demostrar la libertad de su alma.

García Canclini, entendiendo estos preceptos, elaboró seis modelos de consumo cultural, que nos permitirán explicar lo que está detrás de los patrones de consumo y prácticas culturales de los universitarios (García, 1993, pp. 25 - 32):

Modelo 1

El consumo es el lugar de reproducción de la fuerza de trabajo y expansión del capital. Esto es, afectar nuestro modo de vivir en base a un plan organizacional o estrategia mercantil donde el individuo ve sus implicaciones, por ejemplo, el habitar una casa, comer y divertirse permite renovar fuerzas que le permite a otro grupo de individuos incrementar

sus ganancias. Gracias a la dimensión cultural del consumo y el entendimiento de sus investigaciones, podemos entender el concepto de consumismo y por ende elaboración de la economía en la que el individuo aporta beneficios al crecimiento de la misma. En el caso específico del nivel de lectura, dicho consumo nos enfocaría hacia qué clase y calidad de publicaciones suele comprar los individuos en base a su economía, si en realidad tienen un uso práctico o sólo son meras cuestiones de adorno dentro de sus bibliotecas personales.

Modelo 2

El consumo es el lugar donde las clases y los grupos compiten por la apropiación del consumo social. Como escribió Manuel Castells, “el consumo es el lugar en donde los conflictos entre clases, originados por la desigual participación en la estructura productiva, se continúan a propósito de la distribución y apropiación de los bienes” (Castells, citado por García, 1993 p. 26). En significancia a este modelo, entendemos cómo ciertos individuos tienen una baja participación en su desarrollo productivo – consumista, lo que permite empezar a definir grupos de participación en dicha Economía – Cultura.

Modelo 3

El consumo como lugar de diferenciación social y distinción simbólica entre grupos. “En sociedades que se pretenden democráticas, basadas por lo tanto en la premisa de que los hombres nacen iguales (sin superioridades de sangre ni de nobleza), el consumo es el área fundamental para construir y comunicar las diferencias sociales” (p.26). Ante la masificación de la mayoría de los bienes generada por la modernidad –educación, alimentos y televisión-, las diferencias se producen cada vez más no por los objetos que se poseen sino por la forma en que se utiliza. Estudios como los de Pierre Bourdieu citado por García, revelan que, “para ocultar las diferencias por las posesiones económicas, se busca

justificar la distinción social por los gustos que separan a unos grupos de otros. Una dificultad suele presentarse en estas investigaciones sobre el consumo, debido a que se ocupan preferentemente de cómo se construye la distinción de arriba hacia abajo: las obras de arte y los bienes de lujo hacen posible separar a los que tienen de los desposeídos” (p. 28).

En dichos conceptos, la modernidad ha permitido diferenciar socialmente al individuo en base a sus adquisiciones, propiamente por el uso dado a las mismas, lo que ha permitido a ciertas clases poder desempeñar y reflejar de mejor manera el conocimiento y cultura que los distingue, mientras que debido al pobre uso práctico en este caso pobre crecimiento del consumo de bienes, genera la división o distanciamiento cultural de Grupo.

Modelo 4

El consumo como sistema de integración y comunicación. No siempre el consumo funciona como separador de las clases y los grupos. Hay otros bienes- las canciones de Agustín Lara, las tortillas, el mole, los murales de Diego Rivera- con los que se vinculan todas las clases, aunque la apropiación sea diversa. Advertimos entonces que el consumo puede ser también un escenario de integración y comunicación. Esto se confirma observando prácticas cotidianas como ir al cine, que son comportamientos de consumo que favorecen la sociabilidad.

Aun en los casos en que el consumo se presenta como recurso de diferenciación, constituye, al mismo tiempo, un sistema de significados comprensible tanto para los incluidos como para los excluidos. “Consumir es también, por lo tanto intercambiar significados” (Leonini citado por García, 1993, p. 29). A través de las cosas es posible mantener y crear las relaciones entre las personas, dar un sentido y un orden al ambiente en el cual vivimos, afirma Luisa Leonini y concluye, es tan fundamental en el consumo, la

posesión de objetos y la satisfacción de necesidades, como la definición y reconfirmación de significados y valores comunes (p.29). Cuando leemos un buen libro y lo comentamos con alguna (s) persona (s) o hasta a veces gustamos de poderlo recomendar, se han podido generar temas de nivel cultural muy adecuados y de gran valor intelectual, mismos que beneficia no solo a su creador – lector, sino a los que interactúan con él.

Otro de los preceptos descritos se relacionan en base a como el consumo es una base de integración social, ya que al necesitar de ciertos bienes, permite al individuo interactuar con otros grupos sociales, permitiendo el intercambio de cultura, y en base a mayor sea el consumo, mayor la integración – intercambio que se dará.

Modelo 5

El consumo como escenario de objetivación de los deseos. “Además de tener necesidades culturalmente elaboradas, actuamos siguiendo deseos sin objeto, impulsos que no apuntan a la posesión de cosas precisas o a la relación con personas determinadas” (p. 30). El deseo es errático, insaciable por las instituciones que aspiran a contenerlo. De Hegel a Lacan se afirma que es el deseo de ser reconocido y amado. El deseo no puede ser ignorado cuando se analizan las formas de consumir. Tampoco la dificultad de insertar esta cuestión en el estudio social nos disculpa de omitir, en el examen del consumo, un ingrediente tan utilizado por el diseño, la producción y la publicidad de los objetos, que juega un papel insoslayable en la configuración semiótica de las relaciones sociales.

Tan riesgoso como olvidar el deseo, puede ser la construcción de una teoría sobre el consumo sin plantearse que su ejercicio se cumple en condiciones socioeconómicas particulares.

Nuestro deseo normal de ciertos bienes, motiva el consumo que permite intercambiar nuestros aprendizajes con otros, por ejemplo, al desear ser reconocido y

amado, nos motiva a compartir más de nuestro ser racional con la gente que deseamos nos demuestre dicho amor y atienda nuestro deseo.

Modelo 6

El consumo como proceso ritual. A través de los rituales la sociedad selecciona y fija, mediante acuerdos colectivos, los significados que las regulan. Los rituales explica Douglas e Isherwood, citados por García, “sirven para contener el curso de los significados y hacer explícitas las definiciones públicas de lo que el consenso general juzga valioso” (1995, p.35). Los rituales más eficaces utilizan objetos materiales para establecer los sentidos y las prácticas que los preservan. Cuanto más costosos sean esos bienes, más fuertes será la ritualización que fije los significados que se le asocien. Ellos definen los bienes como accesorios rituales, y al consumo como un proceso ritual cuya función primaria consiste en darle un sentido al rudimentario flujo de los acontecimientos. Los bienes ayudan a jerarquizar los actos y configurar su sentido: “las mercancías sirven para pensar”.

Indicar el valor que dicho bien puede tener, pudiera implicar el aplicarle más rituales o protecciones a dichos bienes, esto es por ejemplo, requisitar más de los individuos que pueden obtener algún beneficio de compartir dicho conocimiento, como por ejemplo, alguna melodía, es de uso general al ser transmitida por radio, permitiendo que muchos, sin importar su aporte cultural, sean beneficiados de dicho consumo – arte y cultura, más sin embargo, si dicho objeto fuera un bien elaborado por algún individuo de cultura más amplia, por ejemplo un pintor, pocos serían los que podrían poseer dicho bien, incrementando el valor o ritual de requisito que el creador le pondría. En el aspecto de la lectura, existen muchos escritores que exigen adentrarse en la trama de su material con el

beneficio de un entendimiento más amplio de la información que tratan de transmitir, donde si no se cumpliera con ese requisito, dicho material no podría tener el beneficio y aporte cultural que deseamos.

2.5 Las Industrias Culturales

En la actualidad existen diferentes medios culturales que han permitido que el alcance de los conocimientos se haya diversificado, un ejemplo serían los medios televisivos, impresos y de radio. Dichas industrias culturales se han enfocado hacia las masas y público en específico, permitiendo que los diferentes estratos sociales sufran impactos en su fundamento, fragmentando su estructura. Es por eso necesario estudiar conjuntamente los múltiples tipos de consumo y así plantearse la totalidad de los resultados (Rosas, 2001, p. 259). Una de las formas más usuales en la comunicación ha sido la escritura, secundada por la lectura, pero con el progreso de la civilización se ha entendido que no sólo lo escrito es susceptible, pues los textos pueden ser también imágenes, el problema descansa en la forma en que se tramiten los mensajes, lo que en un principio fue oral, evolucionó en formas industriales con la imprenta, la radio, teléfono, televisión y demás vías de comunicación y transporte que facilitaron los procesos de intercambio.

La industria editorial, se ha visto en la necesidad de redoblar esfuerzos para hacer entender a la sociedad que los libros contienen un bagaje cultural que aunado con lo que pueden obtener con otros medios como la industria de la televisión, la radio, etc. coadyuvan en la cultura escrita, enriqueciendo la intelectualidad de las personas.

2.6 Las Políticas Culturales

Importante es también contemplar como parte de estas cuestiones culturales, las políticas implicadas en el mismo, ya que muchas de ellas, guiadas por medio de la acción cultural de grandes ciudades, permite y concibe la relación de identidades tanto nacionales como de identidad de los individuos en particular, esto es tener en cuenta los desafíos que puede afectar a el concepto del consumo cultural, como lo es la disolución de mono identidades y la pérdida de peso y reubicación de culturas tradicionales-locales, tanto de clase elite como populares, y su afectación por los diferentes medios electrónicos de comunicación.

En el caso específico de las mono identidades, se puede concebir como las conservaciones y administraciones de patrimonios históricos van de la mano con su identidad, afectando a los individuos en ella relacionados, como por ejemplo, el patrimonio de un chilango y de un provinciano los hacía diferir en sus culturas y humor, mostrando diferencias entre sus diferentes identidades, pero esta misma sufría un cambio cuando ambos eran contenidas por una política más profunda, como lo es el ser mexicano. Estas cuestiones culturales dentro de la urbe, llegan a florecer al grado de que aun teniendo como marco referencial una ciudad, existen diferentes grupos étnicos y de clase cultural en el que cada uno con su identidad propia y predominante, modificando en cada caso sus patrones de conducta, remodelando sus hábitos locales y creando formatos comunes de comportamiento, mismos que afectan a ese grupo en particular, como por ejemplo, grupos étnicos que empiezan a modificar su vestimenta por algo más moderno y adecuarse a la

tecnología. Aun así, esto ha permitido que se siga teniendo identificado el hábito de habla o modos peculiares de reunir y cumplir sus necesidades, donde, dependiendo del nivel económico, su grupo cultural se ve limitado, como por ejemplo, en lugares donde poseer un carro es algo poco común, su círculo se circunscribe a su barrio en particular, en cambio alguien que si posee automóvil, su círculo relacional y de interacción crece a otros niveles y culturas, permitiendo la interrelación entre dichas culturas (García, 1995, pp. 96-97).

La cohesión de las culturas en general ha sido mantenida y conservada en su mayoría por las artes cultas y populares, ya que ambas proporcionan expresiones de identidades locales, permitiendo que los individuos busquen factores de relación común entre dichos promotores de las artes. Por ejemplo, cuestiones folklóricas han permitido a grupos mantener su identidad y conservarla al paso de los tiempos, impidiendo que desaparezca.

Conforme la tecnología va en aumento y las artes cultas ensanchan su red de interacción, permite que más individuos puedan incorporarse a nuevas culturas o tener trato con ellas, siendo un muy buen ejemplo de ello las cuestiones de intercambios electrónicos y de medios, ya que dichos aparatos, han influenciado trayendo y reorganizando identidades culturales en base a otras culturas, difundiendo entre las masas una red mas amplia y de mayor alcance a tener. Considerando estos aspectos del cambio de las políticas de cultura, ha sido necesario pensar más en la pluralidad democrática donde se busca tomar en cuenta las necesidades reales de la población (p. 102).

Por otro lado, las políticas que promueven tradiciones locales, deben mantener los perfiles históricos que distinguen a los habitantes de cada ciudad en particular, pero

permitirse tener eficacia en cuanto a vinculación y adaptación a nuevas condiciones de internacionalización.

Dichas políticas, en cuestiones nacionales se han visto reflejadas en los diferentes patrones de cultura que se han implementado a nivel nacional, mismos que han permitido tener una identidad como nación ante un mundo globalizado. Muchos de los puntos que han querido conservar y motivar en estas políticas nacionales, han sido el aumentar el gusto por la lectura de medios impresos, y no sólo de publicaciones de entretenimiento, esto considerando que un país de buena lectura es un país alfabetizado. Los alcances comprobados de nivel cultural que se tienen en personas que han desarrollado dichos hábitos han sido varios, reflejados desde una mejor forma de desenvolverse, así como mejor comprensión de las cuestiones de la cultura y vivir. Por tal razón, se han creado campañas de motivar a los diferentes estratos de personas a tener hábitos constantes de lectura que aporte un crecimiento intelectual y de relación con otras culturas.

En políticas de cultura estatal, se ha visto como cada vez se motiva más a las personas a entender el desarrollo de la identidad local así como de sus orígenes, buscando preservar dicha cultura en los individuos del área local, es por eso que se han creado espacios de investigación y aprendizaje, como los diferentes museos, así como de promover, el aprendizaje y estudio de diferentes políticas de cultura, y más aun, tratar de incorporarlas en el vivir cotidiano. Por ejemplo, se tuvo el Forum de las Culturas, mismo que se dedicó a promover culturas de diferentes países, buscando relacionarlas entre sí o tratando de incrementar su interacción con otras culturas diferentes.

En el caso de CONARTE, se ha buscado fomentar el crecimiento de la cultura local en base a diferentes planes y planteamientos donde diferentes artistas han podido ampliar su red de alcance cultural a diferentes niveles y estratos de la sociedad, permitiendo que más personas puedan entender y comprender el impacto cultural que se está dando gracias a la globalización, aplicada a nivel local, por medio del aprendizaje de nuevas culturas o el reafirmar su identidad como tal, gracias a dichas aportaciones de CONARTE; ha creado diferentes talleres donde se dan espacio para la cultura y el arte, así como permitir que una gran cantidad de escritores presenten sus obras literarias, lo que ha permitido a más personas incrementar su gusto por la lectura.

La Universidad por otra parte, ha fomentado el que cada vez haya más interés por las artes visuales y la cultura, al promover en eventos, talleres, cursos y carreras, las diferentes ramas y redes culturales, relacionadas a los diferentes medios de comunicación, fomentando el uso de nuestro intelecto y de nuestro aprendizaje para poder aportar, aún en grado pequeño, una diversidad de entendimiento de la cultura, pero al mismo tiempo, fomentar nuestra identidad cultural por medio de dichas promociones culturales. Se han creado espacios donde es posible fomentar la lectura de diferentes intereses sociales y culturales, lo que ha permitido llegar a un nivel mayor de personas en cuanto a su alcance y comprensión, permitiendo así que esas identidades sean no sólo fomentadas y conservadas, sino compartidas y compaginadas con otras culturas preexistentes en las diferentes escalas de valores culturales (Visión 2012, UANL, p.22).

Después de revisar las políticas antes mencionadas, no queda duda en aclarar a nuestros líderes políticos lo que García Canclini escribió “las políticas culturales más democráticas no son necesariamente las que ofrecen espectáculos y mensajes que lleguen a

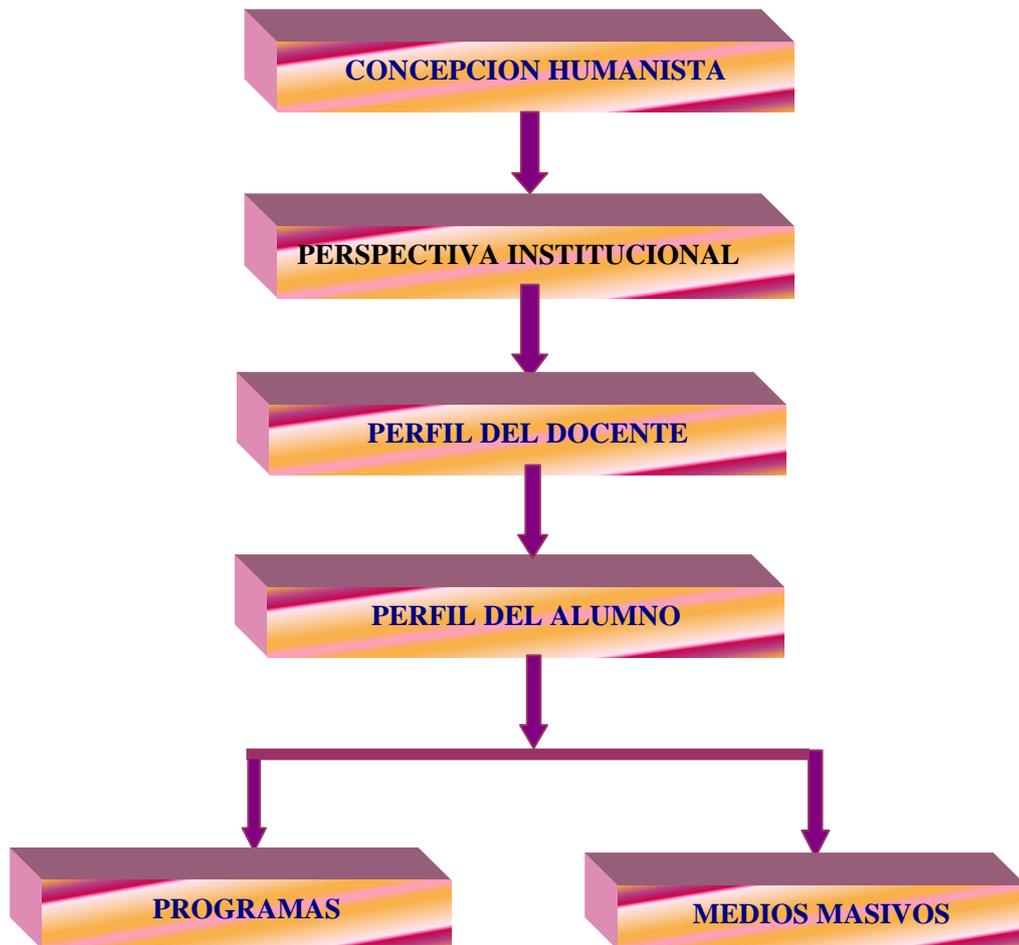
la mayoría, sino las que toman en cuenta la variedad de necesidades y demandas de la población” (1995, p. 106). Objetivo principal de la presente investigación.

2.7 Educar para el Arte

En el contexto cultural y educativo de esta sociedad globalizada, la escuela ha perdido su papel exclusivo como transmisora de la cultura, es bien sabido, que los medios de comunicación de masas la han ido desplazando en muchos aspectos. En consecuencia, la brecha entre el saber escolar y el saber socialmente producido se acrecienta no solo por la velocidad del conocimiento sino por las formas cada vez más sofisticadas de difundirlo fuera del aparato escolar.

Por esta razón y en espera de los datos aportados por esta investigación, considero que es necesario redefinir el rumbo, de la enseñanza de los hábitos de lectura en el nivel superior, con la finalidad de que adquiera mayor impacto en el contexto educativo actual.

De acuerdo a los propósitos establecidos en el “Proyecto Visión 2012”, se establecen las siguientes propuestas:



Concepción Humanista: Dado que la Universidad es una de las principales protagonistas de la función educativa y cultural de nuestra sociedad, se espera que de ella egresen los jóvenes mejor preparados y más capacitados para conducirla y desarrollarla positivamente. Por lo tanto, entre sus propósitos, se debe incluir la formación integral de los jóvenes a partir de:

- Resignificar la enseñanza del arte, como uno de los ejes en torno a los cuales, se puede conservar el legado que la Universidad debe custodiar, a fin de afianzar la identidad cultural de nuestros estudiantes.
- Considerar que la educación para el arte es una actividad cultural apta para transmitir no solo valores estéticos, sino también éticos, sociales y políticos.
- Reconocer la contribución del arte en el desarrollo académico de los alumnos, el incremento de su calidad de vida y la formación de seres sensibles y solidarios.
- Reconsiderar su espacio curricular, para que se le asigne un número de frecuencias de clase equivalente a las de las áreas de ciencias.

Perspectiva Institucional: La Universidad es el medio propicio para la producción y reproducción incesante de cultura, por lo tanto, hay que procurar que la escuela adquiera sentido como institución, a fin de que pueda cumplir sus propósitos.

Tomando en cuenta que la escuela es tal vez, el único espacio que los jóvenes tienen para entrar en contacto con el arte y la lectura, se considera importante:

- Promover la innovación académica, a través de la inclusión de las nuevas tecnologías en la enseñanza del Arte, pero defendiendo su especificidad.
- Mantener una continuidad entre los contenidos curriculares del nivel superior y el nivel medio superior.
- Crear programas de apoyo para la realización de eventos artísticos que complementen los contenidos teóricos.
- Proporcionar facilidades a maestros y alumnos para la implementación de actividades cocurriculares.

Perfil del Docente: Los maestros juegan un papel fundamental, en el logro de los objetivos de la institución, ya que pueden convertirse en promotores del cambio cultural, a través de la formación integral que proporcionen a sus alumnos. Por lo tanto se requiere:

- Poseer una cultura lectora, reconquistar un espacio en el placer del texto y reconocer que la lectura es el camino para la jerarquización profesional y personal.
- Actualización permanente del cuerpo docente, en lo que respecta a la producción de material didáctico al dominio de su especialidad.
- Destreza en el manejo de las nuevas tecnologías de la información a fin de que puedan integrarlas armoniosamente en su labor docente.
- Conocimientos para implementar estrategias creativas que le permitan contagiar la pasión por el arte y la lectura.
- Labor de difusión de la lectura, a partir de la creación de un programa flexible, para dar oportunidad a los alumnos de elegir lecturas de su agrado.

Perfil del Alumno: Se persigue establecer una educación integral, a fin de potenciar el desarrollo del aprendizaje, preparando estudiantes que entiendan y respeten lo humano, y con la implementación de la educación artística, se pretende:

- Transformar la manera de pensar y actuar del estudiante frente al mundo.
- Situar al estudiante en la lucha por un futuro más humano, es decir, que se convierta en un agente cultural activo.
- Fomentar la creatividad, para que busque nuevas relaciones, distintas lógicas y que invente nuevos paradigmas que contribuyan al cambio de su concepción del mundo.
- Buscar que el alumno logre en primer término sensibilizarse a través del arte.

- Relacionar a los alumnos con el objeto libro, que lo tengan en sus casas, que lo lean en colectivo, para que se genere vivencia, que obviamente con las fotocopias no se produce.
- Descubrir las ventajas del libro frente a las nuevas tecnologías como: que el libro se lee al paso que marca el lector, que es portátil y que permite mayor variedad o diversidad cultural.
- Desarrollar el hábito lector en el estudiante.

Programas: Para que todos estos propósitos se lleven a cabo, es necesario que se de la integración entre los contenidos de los medios de comunicación y los lenguajes que utiliza la educación artística, por lo que se considera importante:

- Elegir las estrategias metodológicas para favorecer la adquisición por parte de los alumnos de una competencia artística y lectora.
- Seleccionar textos que permitan leer en la escuela por placer y no solo por analizar o comprender.
- Promover la implementación de talleres de lectura, círculos de lectura y de oralidad (lecturas en atril, realización de entrevistas, presentaciones, contar historias, cuentos, etc.)
- Resignificar el espacio de la biblioteca, como un espacio activo e interactivo dentro de la institución, a través del trabajo conjunto de bibliotecario y profesor para la promoción de la lectura.
- Fomentar estrategias de animación sociocultural: certámenes de poesía, cuento, oratoria, campañas de libro, relación con diversas bibliotecas y hemerotecas.

- Ampliar y/o cambiar el repertorio literario escolar, en función de los intereses de los estudiantes.
- Abordar el análisis de los textos y de los contextos de los medios de comunicación masiva y de la publicidad; con un tratamiento interdisciplinario de contenidos con otras áreas de conocimiento.
-

2.8 Hábitos de lectura

Conscientes de la globalización de cada aspecto de la vida, incluyendo como ya vimos aspectos cotidianos de la cultura, costumbres y raíces, ha hecho necesario que cada vez más sea estudiado el impacto que ha tenido en cada persona dicho cambio global, tratando de encontrar un punto en común, de cómo poder fomentar un crecimiento y aceptación hacia estos sucesos que aun no terminan de surgir. Como resultado de dichos estudios y basándose en experiencias obtenidas, ha sido observado que la lectura forma parte esencial del crecimiento y aceptación del individuo a su medio entorno cambiante, ya que dicha lectura, de material práctico y valor educativo, le permite asimilar su entorno, y al mismo tiempo tener una visión más abierta a los sucesos que ante él se presentan. Aún se ha demostrado que publicaciones de ocio como lo son, revistas de entretenimiento y espectáculos, o de temas en general con poca aportación a la cultura, les permite a sus lectores estar al tanto de los hábitos de otras partes del mundo.

Al respecto se ha generado diversa información y estudios como por ejemplo, algunas universidades de Europa y escritores en particular como Salazar y Ponce (1999, pp. 2-5), han analizado desde los fundamentos el porque dicho hábito ha sido evitado o

simplemente descartado en el medio ambiente que les rodea, encontrando entre sus estudios, la poca o nula atención que le prestan a dicho material diferentes clases sociales, así como en diferentes estratos educativos y de edad. Entre los mismos por ejemplo, se ha considerado que existe una enemistad entre la lectura, los libros y los jóvenes. Esto ya que se ha hecho evidente que tanto adolescentes como jóvenes, pierden el interés en dicho material porque normalmente asocian el término lectura a castigo o aburrimiento, además, cuando se es obligado por sus diferentes actividades escolares o de hogar a tomar dicha lectura, el aprendizaje obtenido de ellos es mínimo, esto debido a que lo ven más como obligación que a modo de voluntad propia, tratando de evitar, cuando las circunstancias se los permiten, el uso de los mismos, y si fuese requerido por cuestiones escolares presentar dichos textos, acuden a personas que tienen buenos hábitos de lectura para salir adelante de dicha situación. Incluso tal falta de interés se ve percibida no sólo en sus hábitos de lectura, sino en sus hábitos de escritura, ya que para ellos es preferible tomar órdenes verbales, que órdenes escritas que después los obliguen a repasar en sus anotaciones dichos tareas, e incluso, los estudios reflejan que prefieren material gráfico a material explicativo y de documentación condensada.

Dicho problema no es sólo percibido en adolescentes y jóvenes, ya que en el caso de adultos, los estudios reflejan que sus hábitos también regularmente dejan mucho al olvido o a la desidia la práctica de dicho pasatiempo – aprendizaje. Una vez que sus estudios Universitarios han concluido, limitan sus hábitos de lectura a sólo exigencias laborales, manuales de operación y tareas específicas de índole laboral. Es obvio y común que dichos individuos manejen excusas tan básicas como el “*no tengo tiempo*” para de esta forma tratar de justificar su bajo interés en la lectura.

En base al marco teórico aplicado por dichos investigadores, ha sido flexible para poder entender el porqué sus modelos de consumo han sido afectados al grado que las posiciones que en antaño ocupaba la lectura y escritura, hoy han sido reemplazadas por materiales gráficos y órdenes verbales. Se analizaron tanto los factores en el medio escolar, la cultura de lectura en familia, los lugares que dichos preceptos ocupan en la vida cotidiana de las personas, así como el medio afectivo en el que se desenvuelven.

Para dicho tema práctico y para nuestra posterior aplicación al ambiente local de hábitos de lectura, es necesario que entendamos la descripción y aplicación del término *lectura*, mismo que se describe como la esencia y acto de leer, en el sentido de construir en base a las líneas el mensaje inmaterial en nuestra cultura de aprendizaje, esto es, permitir que las líneas que vienen descritas en un material de lectura, sea del índole que sea, permita a su lector imaginar el ambiente y entorno que desea presentar, por ejemplo en casos de lectura histórica, reflejar en nuestra mente dichos sucesos que permitan entender con más claridad el porqué de su actuar y manera de pensar, entender el impacto psicológico, cultural y religioso que tiene en cada individuo lo descrito por el escritor, plasmando en nuestro ser una huella, de aprendizaje, que nos permitirá entender desde ese momento hacia el futuro, de una manera mas clara, las situaciones reflejadas en el libro / publicación.

Es por eso que muchos escritores tratan de plasmar su encuentro personal e íntimo en sus escritos, para tratar de fomentar la interacción entre el mundo del autor y el mundo afectivo – cognitivo del lector, donde, asume un papel de aprendizaje en base a sus preguntas, ideas y mensajes formulados en base al entendimiento del autor. Como ejemplo, tenemos las lecturas de índole poético, que le permiten al lector entrar al mundo fantástico del autor, entender sus sentimientos, admirar su entorno de vivencias, imaginar sus ideales,

donde gracias al autor, el lector aprende nuevos modelos y políticas culturales, o meramente, aprendizaje y entretenimiento.

Es importante que tal actividad lectora, como modelo conceptual, permita ejecutar los procesos de percepción, que se obtiene de la extracción y reconocimiento de las unidades lingüísticas o palabras, proceso léxico que permite asignarle el significado adecuado a las palabras, proceso sintáctico, que permite asignarle significado a la idea del párrafo y material en sí, y el proceso semántico, que descubre y construye el mensaje que el autor desea transmitir. Estos procesos afectan de manera determinante la calidad de lectura y aprendizaje de dicho material.

Tal descripción de lectura nos permitirá entender mejor cómo los modelos teóricos aplicados tanto a nivel internacional como nacional, definen el impacto que ha tenido los hábitos de lectura en la humanidad, y para nuestro caso en particular, los hábitos de lectura de nuestra comunidad universitaria, compuesta no sólo de docentes y administrativos, sino también de estudiantes. Además, permitirá entender y aclarar idiosincrasias tales como: las comunidades de bajos recursos no son afectos a la lectura porque no tienen libros, o los segmentos pudientes son demasiado lectores al contar con la facilidad de obtener dichos materiales. Permite también definir la dinámica que las industrias editoriales han tratado de seguir para luchar ante tal cuestión (Salazar y Ponce, 1999, pp. 2-5).

En base a la investigación realizada en Europa, misma que más adelante nos permitirá hacer la comparativa con la local o nuestra.

Entrando precisamente en ese rubro, Ma. Guadalupe Chávez (2005, pp. 72-81), investigadora de la Universidad de Colima, realizó un estudio en el que habló de la falta de

interés por la lectura en México, particularmente aplicado a la población en general, se generaron diversos marcos teóricos y estudios que han permitido entender la situación existente en la sociedad mexicana, en relación a sus prácticas de lectura. Se ha llegado a la conclusión, que la mayoría tiene preferencia sobre lectura de entretenimiento. Esto ha permitido poder entender el porqué, la cultura, lectura y sus prácticas en la ciudad de México, ha llegado a representar un problema importante, mismo que ha conformado en los ciudadanos su actuar y pensar, en una forma crítica y reflexiva.

Es precisamente por esta razón que el panorama en materia educativa, muestra que existen, cifras alarmantes indicando que el hábito de lectura que existe en nuestro país, recae en la falta de hábitos culturales de lectura, indicando que la mayoría en la sociedad tiende a dirigir su interés y mirada, hacia otro tipo de productos de lectura, tales como revistas de espectáculos o entretenimiento; en lugar de practicar la lectura masiva de materiales de valor cultural. Se ha pensado que por este tipo de lecturas, existe en el país el hábito masivo de las mismas, porque incluso han rebasado tiradas de diarios de nivel nacional.

Estas publicaciones de mercado espectáculo y del corazón (historietas), por ejemplo, en un sólo título o material, han logrado superar el tiraje de todas las publicaciones de texto gratuito que se producen en un año.

Es por eso que diferentes empresas e institutos de la República Mexicana, han tenido a bien efectuar diversos estudios, mismos que han presentado como resultado los hábitos que tienen en promedio los mexicanos, tales como lo son el tener un nivel de lectura de uno a tres libros anuales, aún cuando hay muchos que se conforman con sólo media publicación

o incluso una al año. Precisamente es por eso que la finalidad que han tenido los estudiosos del tema de la lectura y hábitos del mismo en nuestro país, tratan de hacer reflexionar sobre la frecuencia y temática de éstos hábitos, presentados en cada individuo y de manera particular. Es por eso necesario, que cada uno de nosotros, para poder determinarlo debemos reflexionar las siguientes cuestiones: *¿Qué tipo de textos caracterizan mis hábitos de lectura? ¿Por qué tiendo o tendemos más a leer publicaciones del medio de entretenimiento que un libro? ¿A qué razones se puede atribuir la inclinación de lectura hacia cierto tipo de material? ¿Con qué criterio decido elegir un material?*, en donde dichas respuestas podrán crearnos un esquema de estudio, que nos permitirá poder entender y definir nuestro cuestionamiento.

En el caso de los habitantes en general, los escritores, determinaron la estructuración de los resultados en tres apartados, primero para entender y tener un breve panorama que retrató la situación de la práctica de lectura en México, misma que permitió entender por que la nula aceptación de materiales de lectura de libros.

Como segunda cuestión o apartado, se analizó el porqué la industria del entretenimiento, mantiene el enfoque y gusto de las masas, y el porqué la mayoría prefiere dicho material sobre los diferentes libros.

Y como tercer punto, el presentar las conclusiones finales, esto con la finalidad de tener una estrategia que ayude a motivar la mejor y mayor lectura, misma que contribuirá a generar un mejor habito de lectura.

Entrando en el primer punto, sobre el panorama que guardan los hábitos de lectura en los diferentes ciudadanos, ha sido tal el impacto que ha generado en las diferentes esferas

de la sociedad, que se han preocupado al grado que han promovido diferentes políticas y planes de alcance nacional, por ejemplo el programa nacional de lectura.

Considerado como un apoyo a la motivación de los estudiantes de la lectura, al pedirles que tuvieran como hábito la lectura, leer 20 libros en un periodo de 9 años, en niveles de primaria y secundaria, dando como total, la lectura de 180 libros en ese período, buscando que dicho precepto apoye y ayude a que los estudiantes puedan incrementar su alcance de comprensión. Precisamente al respecto las pretensiones de las autoridades busca tener un resultado benéfico, aún y cuando dichas pretensiones pudieran parecer como *“querer tapar de un sólo golpe”*, las costumbres que se han forjado con el paso de los años, considerando que se busca tener como hábito algo que supera por mucho el hábito de lectura de la mayoría de los mexicanos, es decir, el leer dos libros al año en promedio por mexicano y pidiéndole a los estudiantes un mínimo de 20 libros al año.

Tales hábitos no se pueden fomentar de manera instantánea, como los mismos directivos indican, dado que este tipo de material debe ser aplicado de manera paulatina, ya que no podemos esperar que en un país con hábitos tan pobres, sean los estudiantes quienes quieran o deban arreglar a las primeras de cambio, los hábitos pobres de lectura de todos los mexicanos.

Se tiene entendido que en el mundo en general es un hábito común, el tener tan bajo nivel cultural de lectura, pero las estadísticas han reflejado que en países desarrollados, y de hábitos cultos y ricos, el promedio solicitado a sus estudiantes es igual al solicitado a los nuestros, mostrando así en pequeña manera lo que se esta esperando alcanzar gradualmente.

Precisamente tratando de evitar o identificar como apoyar a que dichas promociones y apoyos culturales se lleven a cabo, han entendido que se debe a tres razones principales como lo son:

Primera: los niveles de lectores asiduos son bajos en relación a la gran cantidad mundial de no lectores.

Segundo: existe un analfabetismo cultural mismo que ha afectado el entendimiento de párrafos o conceptos, y no consideran la lectura como algo digno de disfrutarse.

Tercero: Muchas personas de este rubro (los no lectores) sin importar el nivel académico que tengan (incluso hasta médicos mismos) se debe ha que no tienen una iniciativa propia de lectura (Chávez, 2005, pp. 72-81).

Es por todo lo antes dicho que nuestro estudio es importante, saber en que situación se encuentra nuestra comunidad universitaria, misma que se reflejará a detalle con los resultados de la presente investigación.

3. MÉTODO

3.1 Tipo de investigación

La fase siguiente es clarificar el diseño de investigación que se realizará. “Este es un plan de estrategia que se desarrolla para obtener la información que se requiere en una investigación” (Hernández, Fernández y Baptista, 2006, p. 158).

Esta investigación es de tipo no experimental, exploratoria-descriptiva. La investigación no experimental, la definen los autores citados como “los estudios que se realizan sin la manipulación deliberada de variables y en las que sólo se observan los fenómenos en su ambiente natural para después analizarlos” (p. 205).

Como se tendrá contacto real con la comunidad universitaria de la UANL, y se observaran fenómenos de hábitos de lectura, se adopta como tipo de investigación la no experimental porque además no se manipula ningún tipo de variable, y es de tipo transeccional descriptiva porque según Hernández, Fernández y Baptista (pp.208-216) “Los diseños de investigación transeccional o transversal recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único. Su propósito es describir variables y analizar su incidencia o interrelación en un momento dado. Es como tomar una fotografía de algo que sucede”.

El diseño que se eligió es de tipo no experimental, transeccional, puesto que no se manipulan variables independientes, no se analizan resultados en base a la experimentación, además solo se aplica una vez el instrumento.

La investigación es exploratoria porque: “Los estudios exploratorios se efectúan, normalmente, cuando el objetivo es examinar un tema o problema de investigación poco estudiado, del cual se tienen muchas dudas o no se ha abordado antes” (Hernández, Fernández y Baptista, 2006, p. 210).

Por otra parte, haciendo referencia a los procesos descriptivos, éstos “buscan especificar las propiedades, las características y los perfiles importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis” (p. 211).

“Los estudios descriptivos. Su objetivo central es obtener un panorama más preciso de la magnitud del problema o situación, jerarquizar los problemas, derivar elementos de juicio para estructurar políticas o estrategias operativas, conocer las variables que se asocian y señalar los lineamientos para la prueba de las hipótesis”, señala Rojas (2003, p. 31).

A lo que Castañeda, de la Torre, Morán y Lara (2002, p. 85) añaden: “Una característica importante de los estudios descriptivos es que cuentan con elaboraciones conceptuales (teóricas) suficientes para plantear hipótesis de investigación. Se tiene una expectativa (fundada) en la información existente) respecto al tipo de datos que se requieren para ayudar o refutar el estudio”.

Lo que se pretende con la investigación, no es limitarla a un enfoque exploratorio únicamente, sino darle una perspectiva más amplia y extensa y elaborarla con una proyección descriptiva. Es por eso que se define el proyecto como una combinación entre una perspectiva exploratoria para después significarse en una óptica descriptiva.

3.2 Hipótesis

Hernández, Fernández y Baptista (2006, p. 122), definen las hipótesis como: “lo que estamos buscando o tratando de probar y se definen como explicaciones tentativas del fenómeno investigado, formulados a manera de proposiciones”.

Consideremos ahora la definición de la misma, hecha por Briones (2003, p.38), “La hipótesis que se emplea en la investigación científica es una suposición o conjetura respecto del modo de darse un suceso de la realidad, en cuanto a su magnitud, estructura, forma de funcionamiento o a sus relaciones con otros sucesos”.

En este mismo renglón, haremos mención ha este mismo concepto, según Castañeda, de la Torre, Morán y Lara, (2002, p. 96), cuando argumenta: “. . . es un supuesto de la realidad, de un hecho o de una situación”.

A continuación se detallan las hipótesis a comprobar:

- ✚ La comunidad universitaria lee al menos un libro al año.
- ✚ Los autores más leídos por la comunidad universitaria son los mexicanos.
- ✚ La comunidad universitaria lee con más frecuencia publicaciones gratuitas editadas por la UANL como Vida Universitaria, Armas y Letras, Reforma, etc.
- ✚ Personas de 45 años en adelante la tendencia de lectura es impresa.
- ✚ Los hábitos de lectura de los jóvenes son más hacia lo digital que lo impreso.

3.3 Población y Muestra

Una vez que se ha definido cuál será la unidad de análisis, se procede a delimitar la población que va a ser estudiada y sobre la cual se pretende generalizar los resultados.

Hernández, Fernández y Baptista, (2006, p. 238) definen la población como “el conjunto de todos los casos que concuerden con una serie de especificaciones”.

Galindo (1998, p.48) considera a ésta como un universo de estudio a lo que define como: “. . . el conjunto de elementos a los cuales se desea extrapolar los resultados de la muestra. Todos los elementos del universo son homogéneos en cuanto a su definición. De esta forma, podemos definir como universo de estudio a la comunidad universitaria.

Asímismo, Castañeda, de la Torre, Morán y Lara (2002, p.142) manifiestan que “la población es el universo de individuos definidos en la hipótesis”.

Por lo tanto, considerando las anteriores definiciones, las técnicas de investigación serán aplicadas a la población universitaria, administrativos, docentes y estudiantes, los cuales tendrán, la posibilidad de ser seleccionados en la muestra del universo que representa la comunidad universitaria.

La muestra es definida “como un subgrupo de la población del cual se recolectan los datos y debe ser representativo de dicha población” (Hernández, Fernández y Baptista, 2006, p. 236).

Goode (2004, p.258) la considera como: “una muestra es una pequeña representación de un todo más grande. La observación totalmente detallada de algunos fenómenos traería consigo una tal masa de datos que su análisis se haría lento y tedioso. Además, analizar grandes cantidades de material es un despilfarro cuando basta el análisis de una cantidad más pequeña”.

“A pesar de trabajar con poblaciones pequeñas es posible seleccionar un subgrupo de individuos al que se le dará el nombre de muestra. La muestra será el subgrupo representativo del grupo total. Para que realmente la muestra sea representativa deberá cumplir con los requisitos que marca la teoría de la probabilidad: ¡que sean elegidos al azar!” Por eso se afirma que existen dos maneras de elegir los individuos de la muestra: por muestreo probabilístico o por muestro no probabilístico (Castañeda, de la Torre, Morán y Lara, 1998, p. 142).

A este respecto, Briones (2003, p.150), menciona que “éstos se componen de elementos elegidos por el investigador, de acuerdo con ciertas instrucciones, pero sin que se determine al azar la conformación final de la muestra”. Éstos se utilizan con mayor frecuencia en estudios de mercado.

Las muestras que se utilizaron en esta investigación fueron de tipo probabilístico ya que se determinaron los tamaños para cada dependencia mediante la aplicación de una fórmula empleada para este tipo de estudios y donde puede llegar a medirse el tamaño de error en nuestras predicciones.

Para la determinación de la muestra se necesita de dos elementos: determinar el tamaño de ella y seleccionar los elementos muestrales de forma aleatoria (Hernández, Fernández y Baptista, pp. 240 y 241).

3.4 Tamaño y selección de la muestra

El primer procedimiento para obtener la muestra probabilística es determinar su tamaño con base en estimados de la población. El segundo procedimiento estriba en cómo y de dónde seleccionar las unidades muestrales. En este caso, las unidades muestrales serán seleccionadas de entre los estudiantes universitarios, docentes y personal administrativo de la Universidad Autónoma de Nuevo León.

Cuando se hace una muestra probabilística de una población N , se debe determinar un número mínimo de unidades muestrales para conformar una muestra (n) que asegure un determinado nivel de confianza y de error estándar. En ciencias sociales, un nivel de confianza de 95% y error de 5% son aceptados (Hernández, Fernández y Baptista, 2006, p. 246).

Los autores también señalan que ocasiones el interés del investigador, como en es el caso del estudio que nos ocupa, es comparar resultados entre segmentos, grupos o nichos de población, como lo señala el planteamiento del problema. Entonces es cuando preferimos obtener una muestra probabilística estratificada que considere segmentos o grupos de la

población que se estudia. También se utiliza este tipo de muestreo para considerar la opinión de grupos minoritarios.

Cuando no basta que cada uno de los elementos muestrales tengan la misma probabilidad de ser escogidos, sino que además es necesario estratificar la muestra en relación con estratos o categorías que se presentan en la población, y que además son relevantes para los objetivos del estudio, se diseña una muestra probabilística estratificada, como es el caso de este estudio. Lo que se hace es dividir la población en subpoblaciones o estratos, y se selecciona una muestra para cada estrato.

Lo primero es determinar N , la población de estudio, que en esta investigación es la comunidad universitaria, y que dentro de ellas se están considerando como subpoblaciones del universo de estudio a los estudiantes universitarios, docentes y personal administrativo. La información relativa al número de estas subpoblaciones fue proporcionada por la Unidad de Enlace y Acceso a la Información de la UANL mediante una solicitud. Los datos proporcionados fueron: 66,595 estudiantes, 3,541 docentes y 2,685 personal administrativo. Cabe señalar que esta información, si bien fue proporcionada en el mes de abril de 2008, es relativa a los registros del semestre agosto-diciembre 2007.

Por cuestión de logística, si bien se contemplaron para determinar el tamaño de la muestra las subpoblaciones de las Facultades de Agronomía, Ciencias Forestales y Ciencias de la Tierra, en ellas no se aplicó el instrumento de medición, dejando esto para una segunda etapa del estudio.

Lo segundo es establecer el error aceptable y el nivel de confianza (en este caso será un 5% de error, lo cual es aceptable, expresado en proporción es igual a 0.05, así como un 95% de nivel de confianza). Esto quiere decir tener la seguridad de que la muestra sea representativa de la población con el 95% de probabilidad a favor.

La fórmula que se aplicó para determinar la muestra es una utilizada para universos finitos, donde:

$$n = \frac{o^2 pq N}{e^2 (N - 1) + o^2 pq}$$

N = población

n = muestra

e = margen de error o precisión, expresado como probabilidad

p = probabilidad de ocurrencia

q = probabilidad de no ocurrencia

o^2 = σ^2 sigma (nivel de confianza o exactitud expresado como valor o^2 que determina el área de probabilidad buscada).

Veamos cómo se obtienen las muestras por estrato para cada Facultad considerando la subpoblación de los estudiantes universitarios aplicando la fórmula descrita más arriba.

N = 66,595

p = Desconocemos la probabilidad de ocurrencia. Por esta razón asumimos el mayor punto de incertidumbre, que es de 50 por ciento. Ésta se expresa como probabilidad (.5)

$$q = 1 - .5 = .5$$

e = +/-5 por ciento margen de error, expresado como probabilidad (.05)

$o^2 = 95$ por ciento de nivel de confianza o exactitud, expresado como valor z que determina el área de probabilidad buscada $(2)^2$

Al sustituir estos valores en la fórmula quedaría como sigue:

$$n = \frac{(2)^2 (.5) (.5) (66,595)}{(.05)^2 (66,595 - 1) + (2)^2 (.5) (.5)}$$

$$n = \frac{(4) (.25) (66,595)}{(.0025) (66,594) + (4) (.25)} = \frac{66,595}{167.485} = 398 \text{ alumnos}$$

Al realizar las operaciones, el valor de n es 397.6, cerrando en números enteros a 398.

La estratificación aumenta la precisión de la muestra e implica el uso deliberado de diferentes tamaños de muestra para cada estrato, lo que se logra al aplicar un número factor que se obtiene dividiendo la muestra n entre la población N (Hernández, Fernández y Baptista, 2006, p. 248).

El factor para obtener la muestra de estudiantes de cada Facultad se obtiene:

$$f_h = \frac{n_h}{N_h} = \frac{398}{66,595} = .0059764$$

El número de la subpoblación de cada Facultad se multiplicará por esta fracción constante para obtener el tamaño de la muestra para el estrato:

$$(N_h)(f_h) = nh$$

Facultades asignadas

Ciencias Biológicas

- **Ciencias Biológicas: 1228 x 0.0059764 = 8 estudiantes**

La muestra de docentes:

$$n = \frac{(2)^2 (.5)(.5)(3541)}{(.05)^2 (3541 - 1) + (2)^2 (.5)(.5)}$$

$$n = \frac{(4)(.25)(3541)}{(.0025)(3540) + (4)(.25)} = \frac{3541}{9.85} = 360 \text{ docentes}$$

El factor para obtener la muestra de docentes de cada Facultad se obtiene:

$$f_h = \frac{nh}{N_h} = \frac{360}{3541} = 0.1016661$$

- **Ciencias Biológicas: 170 x 0.1016661 = 18 docentes**

La muestra de personal administrativo:

$$n = \frac{(2)^2 (.5)(.5)(2685)}{(.05)^2 (2685 - 1) + (2)^2 (.5)(.5)}$$

$$n = \frac{(4)(.25)(2685)}{(.0025)(2684) + (4)(.25)} = \frac{2685}{7.71} = 349 \text{ administrativos}$$

El factor para obtener la muestra del personal administrativo de cada Facultad se obtiene:

$$fh = \frac{nh}{Nh} = \frac{349}{2685} = 0.1299812$$

- **Ciencias Biológicas: 223 x 0.1299812 = 29 administrativos**

Facultad de Derecho y Criminología

- **Derecho y Criminología: 7848 x 0.0059764 = 48 estudiantes**

La muestra de docentes:

$$n = \frac{(2)^2 (.5) (.5) (3541)}{}$$

$$(.05)^2 (3541 - 1) + (2)^2 (.5) (.5)$$

$$n = \frac{(4) (.25) (3541)}{9.85} = \frac{3541}{9.85} = 360 \text{ docentes}$$

$$(.0025) (3540) + (4) (.25) \quad 9.85$$

El factor para obtener la muestra de docentes de cada Facultad se obtiene:

$$fh = \frac{nh}{Nh} = \frac{360}{3541} = 0.1016661$$

$$Nh \quad 3541$$

- **Derecho y Criminología: 305 x 0.1016661 = 31 docentes**

La muestra de personal administrativo:

$$n = \frac{(2)^2 (.5) (.5) (2685)}{}$$

$$(.05)^2 (2685 - 1) + (2)^2 (.5) (.5)$$

$$n = \frac{(4) (.25) (2685)}{(.0025) (2684) + (4) (.25)} = \frac{2685}{7.71} = 349 \text{ administrativos}$$

El factor para obtener la muestra del personal administrativo de cada Facultad se obtiene:

$$fh = \frac{nh}{Nh} = \frac{349}{2685} = 0.1299812$$

- **Derecho y Criminología: 100 x 0.1299812 = 13 administrativos**

Facultad de Trabajo Social y Desarrollo Humano

- **Trabajo Social: 660 x 0.0059764 = 4 estudiantes**

La muestra de docentes:

$$n = \frac{(2)2 (.5) (.5) (3541)}{(.05)2 (3541 - 1) + (2)2 (.5) (.5)}$$

$$n = \frac{(4) (.25) (3541)}{(.0025) (3540) + (4) (.25)} = \frac{3541}{9.85} = 360 \text{ docentes}$$

El factor para obtener la muestra de docentes de cada Facultad se obtiene:

$$fh = \frac{nh}{Nh} = \frac{360}{3541} = 0.1016661$$

- **Trabajo Social: 55 x 0.1016661 = 6 docentes**

La muestra de personal administrativo:

$$n = \frac{(2)2 (.5) (.5) (2685)}{}$$

$$(.05)^2 (2685 - 1) + (2)^2 (.5) (.5)$$

$$n = \frac{(4) (.25) (2685)}{(.0025) (2684) + (4) (.25)} = \frac{2685}{7.71} = 349 \text{ administrativos}$$

El factor para obtener la muestra del personal administrativo de cada Facultad se obtiene:

$$fh = \frac{nh}{Nh} = \frac{349}{2685} = 0.1299812$$

- **Trabajo Social: 70 x 0.1299812 = 9 administrativos**

La relación entre el tamaño del universo y el tamaño de la muestra está basado en la evidencia de que las opiniones, conductas, actitudes y en general todos los temas estudiados en una encuesta son finitos y repetitivos. Esto supone que a partir de un tamaño determinado, las observaciones son redundantes y no aportan nueva información para realizar las estimaciones (López, 1998, p. 50).

DISEÑO DE LA MUESTRA**Total = 398***

Alumnos	Total	Muestra
Agronomía	439	3
Arquitectura	2,974	18
C. Biológicas	1,228	8
C. de la Comunicación	2,518	16
C. Físico-Matemático	1,279	8
C. Políticas y Admón. Pública	4,370	27
C. Químicas	2,928	18
Contaduría Pública y Admón.	11,096	68
Artes Escénicas	167	1
Derecho y Criminología	7,848	48
Economía	307	2
Enfermería	925	6
Organización Deportiva	732	5
Filosofía y Letras	1,798	11
Ingeniería Civil	1,063	7
Ingeniería Mecánica y Eléctrica	12,100	74
Medicina	5,041	31
Médico Veterinario Zoot.	525	4
Odontología	2,772	17
Psicología	2,363	15
Salud Pública y Nutrición	851	6
FTSyDH	660	4
Artes Visuales	1,097	7
Música	141	1
Ciencias de la Tierra	396	3
Ciencias Forestales	88	1
Total:	65,997	409

*Nota: al realizar las operaciones y cerrar a números enteros las fracciones para obtener las muestras por Facultad, el total se incrementa de 398 a 409.

DISEÑO DE LA MUESTRA

Total = 360*

Maestros	Total	Muestra
Agronomía	77	8
Arquitectura	181	19
C. Biológicas	170	18
C. de la Comunicación	124	13
C. Físico-Matemático	122	13
C. Políticas y Admón. Pública	81	9
C. Químicas	202	21
Contaduría Pública y admón..	368	38
Artes Escénicas	21	2
Derecho y Criminología	305	31
Economía	27	3
Enfermería	86	9
Organización Deportiva	53	6
Filosofía y Letras	141	15
Ingeniería Civil	89	9
Ingeniería Mecánica y Eléctrica	582	60
Medicina	282	29
Médico Veterinario Zoot.	33	4
Odontología	140	15
Psicología	153	16
Salud Pública y Nutrición	74	8
FTSyDH	55	6
Artes Visuales	84	9
Ciencias Forestales	25	3
Ciencias de la Tierra	24	3
Música	42	5
Total:	3,541	372

*Nota: al realizar las operaciones y cerrar a números enteros las fracciones para obtener las muestras por Facultad, el total se incrementa de 360 a 372.

DISEÑO DE LA MUESTRA

Total = 349*

Personal Administrativo	Total	Muestra
Agronomía	197	26
Arquitectura	113	15
C. Biológicas	223	29
C. de la Comunicación	76	10
86C. Físico-Matemático	66	9
C. Políticas y Admón. Pública	30	4
C. Químicas	134	18
Contaduría Pública y admón..	136	18
Artes Escénicas	29	4
Derecho y Criminología	100	13
Economía	49	7
Enfermería	82	11
Organización Deportiva	60	8
Filosofía y Letras	114	15
Ingeniería Civil	124	16
Ingeniería Mecánica y Eléctrica	314	41
Medicina	281	37
Médico Veterinario Zoot.	47	6
Odontología	97	13
Psicología	107	14
Salud Pública y Nutrición	63	8
FTSyDH	70	9
Artes Visuales	51	7
Ciencias Forestales	40	5
Ciencias de la Tierra	27	4
Música	55	7
Total:	2,685	354

*Nota: al realizar las operaciones y cerrar a números enteros las fracciones para obtener las muestras por Facultad, el total se incrementa de 349 a 354.

3.5 Técnicas e Instrumentos de Medición

En este estudio se empleo como técnica de investigación la encuesta y el instrumento fue un cuestionario.

La técnica es un conjunto de reglas y operaciones para el manejo de los instrumentos que auxilia al individuo en la aplicación de los métodos. Cuando se realiza una investigación (teórica o empírica), la técnica debe de adecuarse al método que se utiliza lo cual presupone la existencia de una ligazón entre ellos (Rojas, 1993, p. 63).

Por otra parte la encuesta consiste “en la interrogación sistemática de individuos a fin de generalizar. Se usa para conocer la opinión de un determinado grupo de personas respecto de un tema que define el investigador” (Castañeda, De la Torre, Morán y Lara, 2002, p. 176). Concepto con el cual coincide, Hutton, (citado por Blaxter, Hughes, Tight, 2000) cuando nos habla que la encuesta es un cuestionario estructurado para una muestra de individuos representativos de una población. (p. 105). Encontramos también similitud en los conceptos de Galindo, ya que el también ve la encuesta como “un instrumento para reconocer el comportamiento de sus grupos de interés y tomar decisiones sobre ellos” (1998, p. 33).

El instrumento: el recolectar datos implica elaborar un plan detallado de procedimientos que nos conduzcan a reunir datos con un propósito específico. Un instrumento de medición adecuado “es aquel que representa verdaderamente los conceptos

o variables que el investigador tiene en mente” (Hernández S., 2006, pp. 275 y 276). Aunque algunos autores como Briones manejan el instrumento unido al cuestionario, pero coinciden en que “su construcción es más bien la expresión de la experiencia y el sentido común del investigador” (2003, pp. 105-110).

El cuestionario: es el instrumento más utilizado para recolectar datos. Y éste consiste en un conjunto de preguntas respecto de una o más variables a medir. El contenido de las preguntas es tan variado como los aspectos que mide y se utilizan dos tipos de preguntas: cerradas y abiertas (Hernández, Fernández y Baptista, 2006, p. 310). A este concepto con el que coinciden Castañeda, De la Torre, Morán y Lara, habría que agregar que ellos añaden a este concepto que las preguntas se deducen de la hipótesis y de los objetivos de la investigación (2002, p. 176). Además de esto, Blaxter, Hughes y Tight, añaden que cualquiera que haya tratado de diseñar un cuestionario e interpretar las respuestas, se encontrará con que esto no es tan sencillo (2000, p. 86).

El cuestionario que se diseñó para este estudio consta de 89 preguntas de opción múltiple y abarca 11 temas relacionados no sólo con la lectura, sino con las variables del proyecto institucional del cual forma parte esta tesis.

En el siguiente capítulo se presentan los resultados. Cabe aclarar que estos resultados no corresponden al total de las muestras, ya que al momento de concluir esta investigación no se contaba con todos los cuestionarios capturados, es decir, se presenta el análisis e interpretación sobre los resultados preliminares de un total de 414 estudiantes, 237 docentes y 270 administrativos, es decir, 82% de la muestra determinada probabilísticamente en números enteros. La captura de datos se realizó utilizando el software SPSS versión 15.

4. RESULTADOS

En este capítulo se analizaron e interpretaron los datos obtenidos en la investigación. Los resultados provienen de la aplicación de una encuesta tanto a alumnos, docentes e investigadores, y personal administrativo de diferentes dependencias de la Universidad Autónoma de Nuevo León. A continuación, se presentarán los resultados obtenidos del análisis correspondiente.

4.1 Tablas de resultados

Cabe señalar, que la aplicación de la muestra proporcionada a los *Hábitos de Lectura*, fueron aplicados a 414 estudiantes, 237 docentes e investigadores y 270 personas del personal administrativo de nuestra Máxima Casa de Estudios.

Tabla 1

Libros leídos en los últimos 12 meses

Libros leídos en los últimos 12 meses	Estrato al que pertenece el entrevistado						Total	%
	E	%	D/I	%	PA	%		
No aplica/ no contesto	4	1	0	0	5	2	9	1
Si	344	83	212	90	188	70	744	81
No	66	16	25	10	77	28	168	18
Total	414	100	237	100	270	100	921	100

Nota: En los siguientes cuadros se utilizarán las siguientes abreviaturas
 E = Estudiante, % = Porcentaje D/I = Docente /investigador PA= Personal administrativo

En la primera parte de la encuesta, se solicitó información acerca del hábito de lectura, en un período de doce meses, por lo que los resultados arrojados muestran que un 83% de los estudiantes, el 90% de los docentes e investigadores, y un 70% del personal administrativo, afirmaron haber leído en éste tiempo; brindando la oportunidad de comprobar que nuestra comunidad universitaria cuenta con un promedio bajo de lectores asiduos a ésta práctica cultural.

En comparación con estudios realizados por algunas universidades de Europa escritores en particular como Salazar y Ponce (1999, p. 2) han analizado desde los fundamentos el porque el hábito de la lectura ha sido evitado o simplemente descartado en el medio ambiente que los rodea, encontrando entre sus estudios, la poca o nula atención que le prestan diferentes clases sociales, así como en diferentes estratos educativos y de edad. Al parecer nuestros resultados indican que esto no sucede en nuestra población entrevistada, no obstante que resultan ser muy poco halagadores los resultados.

Tabla 2

Libros leídos en los últimos 12 meses, según el sexo del entrevistado

		Sexo del entrevistado						Total	
		No aplica/ no contesto		Femenino		Masculino		No aplica/ no contesto	
		F	%	F	%	F	%	F	%
¿Ha leído libros en los últimos 12	No aplica/ no contesto	1	8	3	1	5	1	9	1

meses?									
	Si	10	77	431	80	303	82	744	81
	No	2	15	103	19	63	17	168	18
Total		13	100	537	100	371	100	921	100

Analizando la relación de ésta variable con respecto al sexo de los entrevistados, nos muestra que tanto hombres como mujeres, han practicado éste hábito de lectura. Queda de manifiesto que en nuestra comunidad universitaria, en un porcentaje muy similar, los dos géneros (80% de las mujeres y 81% de hombres) están inmersos en dicha práctica

Tabla 3

Promedio de libros leídos en 12 meses

Promedio de libros leídos en 12 meses	Estrato al que pertenece el entrevistado						Total	%
	E	%	D/I	%	PA	%		
No contesto/no aplica	18	4	12	5	37	14	67	7
Menos de uno	60	14	23	10	56	20	139	15
Uno	102	25	23	10	61	23	186	20
Dos	92	22	51	21	60	22	203	22
Tres	56	14	43	18	22	8	121	13
Cuatro	54	13	28	12	16	6	98	11
Cinco o más	32	8	57	24	18	7	107	12
Total	414	100	237	100	270	100	921	100

En el siguiente cuadro se consignan los resultados más sobresalientes en relación a la cantidad de libros leídos en los últimos doce meses, observando que 25% de los estudiantes y el 23% del personal administrativo contestaron haber leído *un* libro en éste tiempo, contrastando con el 24% manifestado por docentes e investigadores, al haber leído de *cinco*

o más ejemplares. Queda de manifiesto la comprobación de una de nuestras hipótesis sustentadas es “la comunidad universitaria lee al menos un libro al año”.

En México se ha tenido a bien efectuar diversos estudios, mismos que han presentado como resultado los hábitos que tienen en promedio los mexicanos, tales como lo son “el tener un nivel de lectura de uno a tres libros anuales, aun cuando hay muchos que se conforman con solo media publicación o incluso una al año” (Chávez, 2005, p.73).

Tabla 4

Nacionalidad de autores de preferencia

<i>Nacionalidad de autores de preferencia</i>	Estrato al que pertenece el entrevistado						Total	%
	E	%	D/I	%	PA	%		
No contesto	33	8	14	6	48	18	95	10
Mexicanos	129	31	95	40	139	51	363	39

Hispanoamericanos	107	26	72	30	54	20	233	26
Europeos	80	19	32	14	10	4	122	13
Estadounidenses	65	16	24	10	19	7	108	12
Total	414	100	237	100	270	100	921	100

Otra de las hipótesis sustentadas en nuestra investigación fue: “*los autores más leídos por la comunidad universitaria son mexicanos*”, por lo que resulta satisfactorio comprobar, que el 31% de los estudiantes, el 40% de los docentes e investigadores y el 51% del personal administrativo, marcaron como preferentes a los de nacionalidad mexicana.

Tabla 5

Comparación de nacionalidad de autores con el origen de películas

COMPARACION DE NACIONALIDAD DE AUTORES CON ORIGEN DE PELICULAS												
NACIONALIDAD	ESTUDIANTES				DOCENTES-INVES				PERSONAL ADMINISTRATIVO			
	NAC- AUT		ORIGEN PEL		NAC- AUT		ORIGEN PEL		NAC- AUT		ORIGEN PEL	
	VAL	POR	VAL	POR	VAL	POR	VAL	POR	VAL	POR	VAL	POR
NO APLICA	33	8	0	0	14	6	4	2	48	18	0	0
MEXICANOS (AS)	129	31	29	7	95	40	31	13	139	51	26	10
HISPANOAMERICANOS	107	26	17	4	72	30	3	1	54	20	8	3
ESTADOUNIDENSES	65	16	355	86	24	10	183	77	19	7	219	81
EUROPEOS	80	19	13	3	32	14	16	7	10	4	17	6
TOTAL	414	100	414	100	237	100	237	100	270	100	270	100

Tal como lo muestra la comparación de los datos obtenidos en éstas dos variables, se podrá observar que mientras los estudiantes prefieren a los escritores mexicanos (31%), éstos mismos tienen como preferentes a las películas de origen estadounidense (86%); de igual manera los docentes e investigadores manifiestan su predilección por los autores mexicanos (40%) y el 77% por las películas americanas; el personal administrativo opino de la misma forma, resaltando su gusto por los escritores mexicanos (51%) y gran aceptación por el cine inglés (81%). por lo que se cree conveniente destacar que esta preferencia tendría que ser considerada, dado que nuestra entidad es colindante con el país vecino, y en gran parte se siente identificada con su cultura.

Tabla 6*Autores Preferidos*

Autores preferidos	Estrato al que pertenece el entrevistado						Total	%
	E	%	D/I	%	PA	%		
Gabriel García Márquez	54	13	45	19	39	14	138	15
Paulo Coelho	38	10	6	3	10	4	54	6
Carlos Cuauhtémoc	10	3	0	0	13	5	23	2
Edgar Alan Poe	10	3	1	1	1	1	12	1
Isabel Allende	2	1	5	2	3	1	10	1
Otros	300	72	180	75	204	75	684	75
Total	414	100	237	100	270	100	921	100

No obstante de marcar como preferente a los autores mexicanos, al momento de cuestionarles que señalaran el nombre de sus autores preferidos, el 13% de los estudiantes, 19% de docentes e investigadores y el 14% de personal administrativo, declararon su preferencia por Gabriel García Márquez de nacionalidad colombiana, y resulta más interesante observar que en segundo de preferencia marcan a Paulo Coelho, autor brasileño.

Tabla 7

Cantidad de libros que se poseen en casa

Cantidad de libros que poseen en casa	Estrato al que pertenece						TOTAL	%
	E	%	D/I	%	PA	%		
No contesto/no aplica	7	2	2	1	10	4	19	2
Ninguno	9	2	5	2	28	10	42	5
Menos de 10	112	27	34	14	101	37	247	27
Entre 10-50	171	41	85	36	91	34	347	38
Entre 51-100	63	15	45	19	28	10	136	15
Más de 100	52	13	66	28	12	4	130	14
TOTALES	414	100	237	100	270	100	921	100

En el cuadro anterior, se podrá observar que los estudiantes (41%) son el estrato que mayor libros posee en casa (quizá por ser lectores potenciales en ese momento); resulta interesante observar, cómo los docentes e investigadores (36%) y el personal administrativo (37%), aún considerando que en relación a su profesión, deberían contar con más ejemplares en casa, no se refleja ese antecedente.

Tabla 8

Acostumbra lectura no académica

Costumbre por lectura no académica	Estrato al que pertenece el entrevistado						Total	%
	E	%	D/I	%	PA	%		
No aplica/ no contesto	0	0	1	0	4	1	5	1
Si	309	75	198	84	208	77	715	78
No	105	25	38	16	58	22	201	22
Total	414	100	237	100	270	100	921	100

Tal como lo indica éste cuadro, el 84% de los docentes e investigadores acostumbran la lectura no académica, y en su comparación (casi igual) con la de estudiantes y personal

administrativo. Cabe señalar que nuestra pregunta de investigación *¿qué tipo de lectura le atrae más?*, queda manifiesta al analizar los resultados.

Tabla 9

Frecuencia de lectura no académica

Frecuencia	Estrato al que pertenece							
	EST	%	DOC	%	P A	%	TOTAL	%
No aplica/no contesto	48	12	27	11	37	14	112	12
Todos los días	58	14	62	26	48	18	168	18
Una vez por semana	115	28	67	28	74	27	256	28
Cada quince días	67	16	42	18	43	16	152	17
Otra	126	30	39	16	68	25	233	25
TOTALES	414	100	237	100	270	100	921	100

El cuestionamiento aplicado, con respecto a la frecuencia con que se lee textos no académicos, los entrevistados en general, coinciden en su respuesta al contestar que lo llevan a cabo sólo una vez por semana (28%). En la siguiente tabla podemos observar a que dedican el resto de los días de la semana.

Tabla 10

Comparación de lectura no académica con consulta de Internet

FRECUENCIA	COMPARACION DE LECTURA NO ACADEMICA CON CONSULTA DE INTERNET											
	ESTUDIANTES				DOCENTES-INVES				PERSONAL ADMINISTRATIVO			
	LECTURA NO ACAD		INTERNET		LECTURA NO ACAD		INTERNET		LECTURA NO ACAD		INTERNET	
	VAL	POR	VAL	POR	VAL	POR	VAL	POR	VAL	POR	VAL	POR
NO APLICA	48	12	0	0	27	11	10	4	37	14	6	2
DIARIAMENTE	58	14	340	82	62	26	187	79	48	18	206	76
MAS UNA VEZ X SEM	115	28	61	15	67	28	35	15	74	27	47	18
UNA VEZ CADA 15 DIAS	67	16	6	1	42	18	2	1	43	16	2	1
OTRAS	126	30	7	2	39	16	3	1	68	25	9	3
TOTAL	414	100	414	100	237	100	237	100	270	100	270	100

Al hacer un comparativo entre las variable del período de tiempo invertido en la lectura no académica y el tiempo dedicado a la consulta de Internet, los resultados obtenidos fueron los siguientes: Mientras que el 14% de los estudiantes se dedica a leer diariamente, el 82% de los mismos consulta Internet diariamente, por otra parte es importante señalar que el 26% del personal docente e investigadores lee diariamente y consultan el Internet el 79% al día; así mismo el personal administrativo muestra que el 18% práctica la lectura y el 76% del mismo consulta el Internet.

Queda demostrado que es más cómodo la consulta multimedia que el concepto impreso, considerando que a través de este medio se tiene la oportunidad de poder consultar más variedad de información, sin costo adicional.

Tabla 11

*Preferencia de género literario
(en orden de preferencia)*

GENEROS EN PREFERENCIA (A primer nivel)	Estrato al que pertenece						TOTAL	%
	EST	%	D/I	%	PA	%		
Novela	207	50	66	28	111	41	384	42
Reportajes de actualidad	73	18	23	10	35	13	131	14
Libros ilustrados	52	13	26	11	37	14	115	12
Poesía	39	9	21	9	25	9	85	9
Científicos, técnicos. o profesionales	48	10	27	11	35	13	110	12
TOTALES	419	100	163	100	270	100	921	100

Los resultados que muestra el presente cuestionamiento, refleja que los docentes e investigadores gustan de la lectura de esparcimiento (Novela 28%) superando a la lectura científica, técnica o relacionada con la profesión (11%); además señala que los estudiantes y personal administrativo presentan el mismo gusto por el género de novela (al 41% de promedio). Aquí podríamos considerar que poco menos de la mitad de la comunidad universitaria entrevistada en general está muy interesada en éste tipo de lectura (novela).

Esta Tabla nos define los valores iniciales de mayor aplicación y preferencias de lectura, en los diferentes estratos y hábitos.

Tabla 12

Lugar donde lee con mayor frecuencia

LUGAR DONDE LEE CON MAYOR FRECUENCIA	Estrato al que pertenece							
	EST	%	D/i	%	PA	%	TOTAL	%
No aplica / no con	9	2	1	0	7	3	17	2
En casa / hogar	326	79	191	81	220	81	737	80
En el transporte público	30	7	2	1	12	4	44	5
En el trabajo y/o oficina	9	2	27	11	13	5	49	5
En lugares de espera	10	2	6	3	4	1	20	2
En bibliotecas	16	4	0	0	6	2	22	2
En plazas o parques	1	0	4	2	1	0	6	1
En cafés	10	2	3	1	5	2	18	2
Otro lugar	3	1	3	1	2	1	8	1
TOTALES	414	100	237	100	270	100	921	100

Al preguntar a los entrevistados sobre el lugar donde acostumbran a leer con mayor frecuencia, todos coinciden en contestar que les resulta más agradable desarrollar ésta práctica en la casa; ya que reúne las condiciones de comodidad.

Otro de los resultados que llaman la atención, es la respuesta observada en proporción al mínimo resultado, con respecto al gusto de leer en las bibliotecas, ya que siendo lugares propicios y acondicionados para su uso específico, no son utilizados por la mayoría de la población encuestada. Esto sería un motivo para futuros estudios y/o investigaciones al respecto, ya que nos brindará la oportunidad de analizar más a fondo el porque de ésta situación.

Tabla 13

Comparación de lugares de lectura y preferencia para escuchar música

COMPARACION DELUGARES DE LECTURA Y PREFERENCIA PARA ESCUCHAR MUSICA												
LUGAR DE PREFERENCIA	ESTUDIANTES				DOCENTES-INVESTIGADORES				PERSONAL ADMINISTRATIVO			
	LUGAR LEC		LUG ESC MUS		LUGAR LEC		LUG ESC MUS		LUGAR LEC		LUG ESC MUS	
	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%
NO APLICA	9	2	0	0	1	0	3	1	7	3	3	1
EN CASA/HOGAR	326	79	273	66	191	81	110	46	220	81	162	60
TRANS. PUBLICO	30	7	14	3	2	1	4	2	12	4	12	4
TRABAJO/OFICINA	9	2	21	5	27	11	19	8	13	5	17	6
LUG DE ESPERA/ES. PUB	10	2	7	2	6	3	5	2	4	1	9	3
BIBLIOTECA/ESP. RESERV	16	4	1	0	0	0	0	0	6	2	0	0
OTROS (VEHICULO)	14	4	98	24	10	4	96	41	8	4	67	25
TOTAL	414	100	414	100	237	100	237	100	270	100	270	100

Resulta por demás interesante observar los resultados que muestra la comparación de las variables "*Lugar preferido de lectura*" y "*Lugar preferido para escuchar música*", en los cuales arrojan la constante: **en casa/ en el hogar**, tal como queda demostrado en la opinión aportada por los estudiantes (en 79 y 66%); los docentes e investigadores manifestaron el mismo gusto en un 81% por el mismo lugar y el 46% por la preferencia de escuchar música en ese lugar; asimismo lo contestado por el personal administrativo (81 y 60 % respectivamente), lo cual nos lleva a concluir que siempre será más cómodo escuchar o leer en casa.

Tabla 14*Formato preferido de lectura*

Formato preferido de lectura	Estrato al que pertenece el entrevistado						Total	%
	E	%	D/I	%	PA	%		
No aplica/ no contesto	13	3	2	1	7	3	22	2
Impresa	367	89	225	95	248	92	840	91
Digital	34	8	10	4	15	6	59	6
Total	414	100	237	100	270	100	921	100

El formato preferido de los encuestados resultó ser el impreso (altamente de su agrado), por lo que queda en evidencia que tan sólo una de las hipótesis sustentadas al inicio de nuestro estudio: “*personas de 45 años en adelante, la tendencia de lectura es impresa*”, confirmando que es real, la mayor parte de ellos, aunque tienen los beneficios de la tecnología, todavía no hacen suya por completo la forma digital.

Como se podrá observar, queda nula la hipótesis: “*los hábitos de lectura de los jóvenes son más hacia lo digital que a lo impreso*”, aunque se llevan a cabo numerosas políticas nacionales, en las que se pretende conservar y motivar el aumento de las preferencias a la lectura por medios digitales e impresos.

Tabla 15

Edad del entrevistado, según su estrato

		Estrato del entrevistado						Total	
		E		D/I		P A			
		F	%	F	%	F	%	F	%
Edad del entrevistado	No aplica/ no contesto	0	0	2	1	9	3	11	1
	17 – 25	401	97	17	7	46	17	464	50
	26 – 35	10	2	61	26	82	30	153	17
	36 – 45	0	0	65	27	75	28	140	15
	46 – 55	3	1	61	26	45	17	109	12
	55 a más	0	0	31	13	13	5	44	5
Total		414	100	237	100	270	100	921	100

Al analizar los indicadores obtenidos en esta variable, resulta por demás interesante comprobar que el mayor porcentaje de edad de los estudiantes entrevistados, fluctúa entre los 17 y 25 años de edad; mientras que la edad promedio de los Docentes e Investigadores el mayor rango lo representa entre los 36 y 55 años; por otra parte el mayor rango de edad del personal administrativo lo revela entre los 26 y 45 años. Por lo que se concluye que una tercera parte de la población muestra son personas de 45 años en adelante y el resto son jóvenes. (Tabla 14)

Tabla 16

Motivación a la lectura

Motivación a la lectura	Estrato al que pertenece							
	EST	%	DOC	%	PA	%	TOTAL	%
No aplica /no con.	10	3	2	1	7	3	19	2
Placer	238	57	136	57	160	59	534	58
Estudio	150	37	57	24	71	26	278	30
Trabajo	6	1	39	16	21	8	66	7
Otros	10	2	3	1	11	4	24	3
TOTALES	414	100	237	100	270	100	921	100

Como ya ha sido mencionado con anterioridad, el Programa Nacional de Lectura (Chávez, 2005, p. 76) establece entre sus prioridades, la implementación de programas en que se motiva el placer y preferencia por la lectura, por lo que al analizar los resultados obtenidos de las personas encuestadas, resalta el marcado interés que muestran por el *placer* de leer, y no como sucede en otros países y sobre todo en los jóvenes que “asocian la lectura con el término castigo o aburrimiento o cuando es por sus diferentes actividades escolares, el aprendizaje obtenido es mínimo, esto a que lo ven más como obligación que a modo de voluntad propia” (Salazar y Ponce, 1999, p. 3).

Tabla 17*Modo de acceso a los libros*

Modo de acceso a los libros	Estrato al que pertenece							
	EST	%	D/I	%	PA	%	TOTAL	%
No aplica /no con.	8	2	1	1	7	3	16	2
Compra	212	51	152	64	148	55	512	56
Préstamo	81	20	27	11	47	17	155	16
Regalo	30	7	17	7	24	9	71	8
Biblioteca	67	16	30	13	35	13	132	14
Otros	16	4	10	4	9	3	35	4
TOTALES	414	100	237	100	270	100	921	100

Resulta interesante observar que aún considerando los graves problemas económicos que se enfrentan en la actualidad, la comunidad universitaria (estudiantes 51%, docentes 64% y personal administrativo 55%), manifestó obtener sus libros por el concepto de compra, no obstante que las condiciones no son las más idóneas, pero a la vez prefieren invertir y adquirirlos, que solicitarlos en calidad de préstamo.

Tabla 18

Frecuencia con que lee los periódicos

Frecuencia con que lee los periódicos	Estrato al que pertenece							
	EST	%	D/I	%	PA	%	TOTAL	%
No aplica/no con	5	1	0	0	2	1	7	1
Todos los días	94	23	65	27	52	19	211	23
2 o 3 veces a la sem	119	28	63	27	86	32	268	28
Sólo fines de sem	102	25	64	27	73	27	239	26
1 vez al mes	53	13	21	9	32	12	106	12
Casi nunca	32	8	22	9	22	8	76	8
Nunca	9	2	2	1	3	1	14	2
TOTALES	414	100	237	100	270	100	921	100

Esta tabla nos muestra que el 28% de la población total encuestada (estudiantes 28%, docentes 27% y personal administrativo 32%), lee periódicos dos ó tres veces por semana; además, de resaltar la importancia de que un 26% de la misma, manifiesta leer los fines de semana.

Rosas Mantecón comentó en su artículo “*Los Estudios sobre el Consumo Cultural en México*”. (2001, p. 259) que existen diferentes medios culturales que han permitido que el alcance de los conocimientos se haya diversificado, un ejemplo serían los medios televisivos, impresos y de radio. Dichas industrias culturales se han enfocado hacia las masas y público en específico, permitiendo que los diferentes estratos sociales sufran impactos en su fundamento, fragmentando su estructura. Recordemos que a la Prensa se le ha considerado como el cuarto poder en la Nación, por el gran impacto que tiene sobre las

decisiones de la Sociedad.

Tabla 19

Periódicos de preferencia

Periódicos de preferencia	Estrato al que pertenece							
	EST	%	D/I	%	PA	%	TOTAL	%
El Norte	345	83	199	84	229	85	773	84
El Metro	13	3	3	1	6	2	22	2
El Sol	12	3	0	0	6	2	18	2
Milenio	5	1	10	4	5	2	20	2
Excelsior	5	1	0	0	1	0	6	1
Extra	2	1	0	0	2	1	4	1
Otros	32	8	25	11	21	8	78	8
TOTALES	414	100	237	100	270	10	921	100

El periódico de mayor preferencia de la Comunidad Universitaria entrevistada es “El Norte” (84%), por lo que la hipótesis sustentada al inicio de la presente investigación: “*La comunidad universitaria lee con mayor frecuencia publicaciones gratuitas como “Vida Universitaria”, “La Rocka, etc.”* queda sin fundamentación.

Tabla 20*Frecuencia con que lee Revistas*

Frecuencia con que lee Revistas	Estrato al que pertenece							
	EST	%	D/I	%	PA	%	TOTAL	%
No aplica/no con	5	1	5	2	6	2	16	2
Todos los días	19	5	10	4	13	6	42	5
2 o 3 veces a la sem	83	20	54	23	60	22	197	21
Sólo fin de semana	86	21	56	24	54	20	196	21
1 vez al mes	104	25	68	28	62	23	234	25
Casi nunca	105	25	35	15	66	24	206	22
Nunca	12	3	9	4	9	3	30	4
TOTALES	414	100	237	100	270	100	921	100

En la fundamentación sustentada al inicio de ésta investigación, se mencionó que la lectura de entretenimiento, es la que mayor aceptación tiene a nivel local e internacional,”es precisamente por esta razón que el panorama en materia educativa, muestra que existen, cifras alarmantes que indican el hábito de lectura que existe en nuestro país, mismas que han referido la falta de hábitos culturales de lectura, indicando que la mayoría en la sociedad tiende a dirigir su interés hacia otro tipo de productos de lectura como lo son las revistas de espectáculos o entretenimiento” (Chávez, 2005, p. 73). Sin embargo la comunidad universitaria entrevistada, expresó leer una vez al mes o casi nunca (esto se refiere al 25%), lo cual deja ver que un cuarto de la población entrevistada, practica ésta información periódica (revistas).

Tabla 21*Revistas de preferencia*

Revistas de preferencia	Estrato al que pertenece							
	EST	%	DI	%	PA	%	TOTAL	%
Cosmopolitan	32	8	2	1	18	7	52	6
Muy interesante	28	7	11	5	18	7	57	6
Quo	18	4	2	1	11	4	31	3
15 a 20	15	4	0	0	5	2	20	2
TV Notas	14	3	1	0	8	3	23	2
TV Novelas	11	3	8	3	7	3	26	3
Men`s Health	17	4	5	2	8	3	30	3
Otros	279	67	208	88	195	71	682	75
TOTALES	414	100	237	100	270	100	921	100

Cuando se llevó a cabo la elaboración de éste cuestionario, se trató de conocer la preferencia por la lectura de revistas, reflejando que el grado más alto lo obtuvo el concepto de “Otros” (75% general de la población encuestada), mencionando títulos de revistas diversas por unidad, contrastando el 6% de asiduos lectores a la Revista “*Cosmopolitan*” y otro mismo porcentaje al de “*Muy Interesante*”. En comparación con otras investigaciones nacionales e internacionales la lectura de la comunidad universitaria entrevistada “no va dirigida hacia publicaciones de mercado espectáculo y del corazón” (Chávez, 2005, p. 79).

Tabla 22

Frecuencia con que lee cómic o historietas

Frecuencia con que lee Cómic	Estrato al que pertenece						TOTAL	%
	EST	%	D/I	%	PA	%		
No aplica/no con	7	2	10	4	8	3	25	3
Todos los días	9	2	2	1	5	2	16	2
2 o 3 veces a la sem	15	4	5	2	10	4	30	3
Sólo fin de semana	33	8	16	7	17	6	66	7
1 vez al mes	20	5	16	28	16	6	52	6
Casi nunca	147	36	64	27	105	39	316	34
Nunca	183	44	124	52	109	40	416	45
TOTALES	414	100	237	100	270	100	921	100

Tal como lo muestra la siguiente variable, casi el 80% de la población cuestionada, mencionó que casi nunca o nunca lee cómic o historietas, por lo que evidentemente nuestra comunidad universitaria, no está interesada en este género de lectura.

Tabla 23

Cómic o historietas de preferencia

Revistas de preferencia	Estrato al que pertenece						TOTAL	%
	EST	%	D/i	%	PA	%		
Spiderman	6	2	1	0	5	2	12	2
X Men	6	2	0	0	1	1	7	1
Batman	6	2	0	0	2	1	8	1
Garfield	5	1	2	1	6	3	13	2
Memín Pinguín	5	1	1	1	1	1	7	1
Bleach	5	1	0	0	2	.1	7	1
Otros	381	91	213	98	196	91	867	92
TOTALES	414	100	237	100	270	100	921	100

Esta tabla nos muestra que la hipótesis donde se indicaba que el personal docente y estudiantes tenían un hábito de lectura enfocado a material de comics, mostrando dicha tabla que la hipótesis se refuta.

5. CONCLUSIONES

Al inicio de esta investigación nos trazamos como objetivo general conocer las preferencias de la población universitaria de la UANL en relación a su *Consumo y Prácticas Culturales*, específicamente en sus *hábitos de lectura*. Para ello se recabó información que sustentara la fundamentación de hipótesis y así poder conocer la situación que guarda esta problemática a nivel institucional, comparada por estratos y con otros datos del país y del extranjero, utilizando como técnica de análisis la encuesta y aplicando un cuestionario para la recopilación de información de la experiencia de los universitarios.

La educación superior, como en otros niveles educativos, propician espacios para la generación del conocimiento bajo ciertos modelos pedagógicos, en los cuales alumnos y maestros comparten el proceso enseñanza-aprendizaje, la investigación, y difusión de la cultura, recurriendo a herramientas y medios de difusión que coadyuven a facilitar estos procesos, pero que sobre todo ayuden a resolver y enriquecer su profesión y su cultura.

No obstante, es conocido que los alumnos que llegan a la universidad en muchas ocasiones no tienen ni el hábito, la disciplina o costumbre de leer, resultado tal vez por la influencia de los medios de comunicación masiva, en donde todo es imagen y sonido, tomando además en consideración la situación económica que involucra la adquisición del acervo, por lo que docentes y alumnos utilizan otros medios para estar informados y tener conocimiento de su entorno.

Algunos de los resultados más sobresalientes de este estudio tienen relación con las hipótesis que se comprobaron, como por ejemplo que la comunidad universitaria de la UANL en general lee solamente un libro al año, lo cual es un porcentaje muy bajo.

En otro aspecto de la investigación, se comprueba que la mayoría desconoce la nacionalidad de sus autores preferidos (confunden autores latinoamericanos con mexicanos), aún manifestando su preferencia por los de la nacionalidad mexicana.

Otro de los detalles sobresalientes, al analizar la variable sobre el lugar en el que acostumbran leer, los resultados muestran que no se acostumbra regularmente la asistencia (a las 27 bibliotecas de la UANL de nivel licenciatura), como lugares específicos para la lectura. Por otra parte, se descubrió que la novela sobresale entre los géneros literarios preferidos; que los diarios o periódicos es lo que más atrae su atención al momento de seleccionar algún tipo de lectura, que poco prefieren leer revistas y que no gustan de leer comics o historietas frecuentemente; que leen por placer y no forzados por el estudio y que existe mayor interés por la consulta de internet, radio, cine y televisión. (Resultados encontrados en la base de datos general de este proyecto).

Por lo antes mencionado sería interesante profundizar como futura línea de investigación en la oferta cultural que la UANL brinda como formación integral a los estudiantes, al desarrollo de la comunidad universitaria y de la sociedad en general, así mismo considerar qué tanta difusión hay de las coberturas culturales que se ofrecen, pero sobre todo, que tanto son aprovechadas; desde nuestro punto de vista es importante considerar el gran interés que la comunidad universitaria manifiesta por los medios de

comunicación externos y que de alguna manera desvía su atención hacia otro tipo de entretenimiento, con la intención de capturar su atención hacia los medios de comunicación, cultura y difusión que la UANL ofrece.

Una recomendación que podemos hacer a los docentes de la UANL es promover la investigación en los alumnos para que sus aportaciones estén sustentadas en teorías bien fundamentadas y desarrollar en ellos el aprendizaje constructivista basado en competencias, lo cual significa que el alumno tendrá la capacidad de investigar, criticar y deducir cualquier información escrita que pueda obtener y aplicarla en la solución de problemas reales, mismo que el alumno podrá desarrollar si tiene un buen hábito de lectura.

Nuestro objetivo como educadores en el arte es sensibilizar al alumno para lograr que éste obtenga una formación integral, y que pueda tener el perfil del humanismo que se pretende en la Visión 2012 de la UANL, recordarles que el consumo y la prácticas culturales que acostumbran pueden ser formadoras (consumo de cine, radio, televisión, Internet, etc.), pero que el hábito de la lectura les ayudará a consolidar su identidad personal y cultural, por ser una experiencia más íntima y duradera.

Cabe mencionar que en México a pesar de que existen instituciones que se dedican al fomento de la cultura, no existe una política cultural establecida, por lo que resulta interesante proponer la elaboración de una enmienda legislada (propriadamente dicha como política cultural) en la cual los gobiernos de entidades federativas, diagnostiquen la situación del estado cultural que cada uno guarda, y el Poder Ejecutivo decrete ésta política

de acuerdo a los intereses requeridos por cada uno de ellos, ya se sobreentiende que el nivel cultural, deberá ser enfocado bajo esta primicia y en beneficio de las mayorías.

A lo largo de los sexenios pasados, hemos sido testigos de las diferentes manifestaciones por desarrollar programas culturales, en los cuales se nos motiva para incrementar el nivel cultural de los mexicanos, pero da la impresión de que políticas van, políticas llegan, y no se alcanzan a evaluar los programas propuestos, ya que con el cambio de sexenio, los enfoques varían y no sustentan un seguimiento evaluativo en los cuales se pudiera manifestar el porqué no se alcanza los objetivos trazados, ya que con el cambio de políticas no aterrizan las muy buenas “intenciones” hasta el momento, pero también denota la falta de estrategia para el desarrollo de la práctica de la lectura, por lo que creemos conveniente sugerir que para poder llegar a convertir a México en un país de lectores, se necesita de una visualización y estrategias más directa y de raíz a nivel de Educación Básica (Preescolar, Primaria, Secundaria, etc), estableciendo este hábito en una materia curricular debidamente pedagógica y ya no como materia optativa de apreciación de las artes, sino un ejercicio en la vida diaria de los estudiantes, hecho que se verá reflejando en el transcurso del tiempo, pero sobre todo del nivel cultural de los mismos.

Sin embargo, en la administración presente parece vislumbrarse la intención de que se establezca por iniciativa presidencial el precio único para el libro, lo cual propiciaría que más ciudadanos pudieran acceder a su compra. Tampoco se sabe de que alguna institución educativa haya desarrollado alguna iniciativa para promover la lectura del libro.

A nivel nacional es interesante denotar que la Ciudad de Monterrey es considerada como la ciudad con un alto nivel de consumo cultural, tal como detalla el Programa Nacional de Cultura, por lo que nos atrevemos a sugerir que se implemente un programa a nivel estatal, y enfocado a la Educación básica, organizando concursos Intra-Estatales en los que se convoque a los estudiantes a leer una cantidad de libros en un período determinado y supervisado por sus maestros (para dar fe y constancia de lo mismo), y en los cuales el grupo (primeramente), la escuela, la zona y al región que mas libros certifique, se pudiera premiar con una Biblioteca debidamente equipada (o mejorada) como premio e incentivo de ésta práctica.

La UANL, como una institución de educación superior de calidad internacional cuenta con la infraestructura y desarrollo necesarios para implementar su propia política cultural, contando con objetivos estratégicos tales como:

- a). Promover la cultura, el arte y las humanidades,
- b). Consolidar la difusión de la cultura universitaria,
- c). Ampliar la cobertura de los eventos culturales y
- d). Concursos estratégicos promovidos por la Universidad.

Tales objetivos denotan la gran preocupación y enfoque de la Administración del Rector José Antonio González Treviño, por mantener, promover y difundir la cultura; lo que nos lleva a reflexionar ampliamente, y basados en los resultados obtenidos, sugerir la creación de un objetivo estratégico visualizado en fomentar la lectura como formación integral de los estudiantes, ya que analizando las estrategias de la difusión de la cultura, sobresalen la danza, la música, y el teatro, *no así los hábitos de lectura*, por lo que sería

interesante considerar este enfoque, invitando a los docentes, principalmente a los encargados de la materia de Apreciación de las Artes, a comprometerse y motivar a los estudiantes a participar en Talleres de Lectura de Comprensión, mismos que se enriquezcan con obras literarias actuales, textos ligeros, en los cuales puedan ser objeto de intercambio de impresiones emocionales, propiciar los comentarios de las diferentes apreciaciones que surgen al leer una obra en voz alta, ya que siempre será más sensible, el escuchar el efecto emocional que causa éste hábito y poder compartirlos con más lectores, recomendando la práctica de este ejercicio con textos cortos, pero completos, para poder aterrizar las lecturas y mensajes del autor.

Considerando todo lo antes dicho y obteniendo información de interés con nuestros objetivos tanto general como específicos podemos estar seguros que el mejor resultado de esta investigación será que la UANL, tendrá a corto plazo su propia política cultural y en ella se podrá tomar en cuenta las palabras de García Canclini: *“las políticas culturales más democráticas no son necesariamente las que ofrecen espectáculos y mensajes que lleguen a la mayoría, sino las que toman en cuenta la variedad de necesidades y demandas de la población”* (1995, p. 106).

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ❖ Blaxter, L., Hughes, Ch., Tight, M. (2000). *Cómo se hace una investigación*. México,: Gedisa

- ❖ Briones, G., (2003). *Métodos y técnicas de investigación para las ciencias sociales*. México: Ed. Trillas.

- ❖ Castañeda, J. y otro. (1998), *Metodología de la investigación*, México, Mc. Graw Hill, Ed. Interamericana de Editores, S. A.

- ❖ Chávez, G., (2005), *La lectura masiva en México: Apuntes y reflexiones sobre la situación que presenta esta práctica social*. Estudio sobre las culturas contemporáneas, Junio, Año/Vol. XI, Núm. 021. Universidad de Colima. Col. México. <http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?>

- ❖ Delgado, N. (2007, junio), *20 Años no es nada para el estudio del Consumo Cultural en México. Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*. Año/Vol. XIII, numero 25. Universidad de Colima. Red de Revistas de América Latina y El Caribe, España y Portugal. Recuperado el 10 de abril de 2008, <http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?>

- ❖ Figueroa, M. (2006, otoño). Políticas Culturales para el desarrollo, en un contexto Mundializado. *Política y Cultura*. Número 26. Universidad Autónoma Metropolitana-Xochimilco. Red de Revistas de América Latina y El Caribe, España y Portugal. Recuperado el 10 de abril de 2008. <http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?>

- ❖ García, N. (1993), *El Consumo Cultural en México*. México: CONACULTA.
- (1995), *Consumidores y Ciudadanos*. México: Grijalbo.

- ❖ Galindo, J. (1998), *Técnicas de investigación en sociedad, cultura y comunicación*, México, Ed. Pearson.

- ❖ Goode, W. y Hatt P. (2004), *Métodos de investigación social*, México, Ed. Trillas.

- ❖ Gómez, H. (2006, junio). Figuras del Pensar. Los estudios sobre el consumo cultural en América Latina y la Organización del Campo Académico de la Comunicación en México. Estudio sobre las Culturas Contemporáneas. Año/Vol. XII, numero 23. Universidad de Colima. . Red de Revistas de América Latina y El Caribe, España y Portugal. Recuperado el 10 de abril de 2008, <http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?>

- ❖ González, J. y Chávez, M. (1996). *La Cultura en México*. México: CONACULTA.

- ❖ Hernández, Fernández y Baptista, (2006). *Metodología de la Investigación*, Cuarta Edición, Mc. Graw Hill Interamericana Ed., S. A. de C. V.

- ❖ Giménez, G. (1999). *La Investigación Cultural en México. Una aproximación. Perfiles Latinoamericanos*, numero 15. Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales. Red de Revistas de América Latina y El Caribe Ciencias Sociales y Humanidades. Recuperado el 10 de abril de 2008, de [http://redalyc.uaemex.mx/redaluc/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?\(ve=11501506\)](http://redalyc.uaemex.mx/redaluc/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?(ve=11501506)).

- ❖ Mattelart, A. y Neveu, E. (2004). *Introducción a los Estudios Culturales*. México: Paidós.

❖ Reres, A. (1983). *El Deslinde*. México: Editorial del Fondo de Cultura Económica.

Rojas, S., (2003), *Guía para realizar investigaciones sociales*, México. Ed. Plaza y Valdez, S. A.

❖ Salazar, S. y Ponce D.,(1999), *Hábitos de lectura*, Biblios: Revista de Bbliotecología y Ciencias de la Información, Núm. .002, Julio Santillán Aldana, Ed. Lima, Perú. <http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?>

❖ Universidad Autónoma de Nuevo León. Visión 2012.

❖ Zaid, G, (1996), *Los demasiados libros*, México, Ed. Océano.

❖ Zalpa, G. (diciembre). Cultural Studies. ¿Un campo para todos los gustos? Estudios sobre las Culturas Contemporáneas. Año/Vol. V, número 10. Universidad de Colima. Red de Revistas de América Latina y El Caribe, España y Portugal. Recuperado el 10 de abril de 2008, <http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?>

es.wikipedia.org/wiki/cultura

<http://www.foromexicanodelacultura.org/taxonomy7term/507>

<http://www.globacult.org/ve/pdf/RosasMantecón.pdf>

http://www.nl.gob.mx/?...PlanEstatad_de Desarrollo-Gobierno del Edo. de N. L. y CONARTE

ANEXO 1

HÁBITOS DE CONSUMO Y PRÁCTICAS CULTURALES DE LA COMUNIDAD UNIVERSITARIA DE LA UANL

No. de cuestionario _____ Dependencia _____

Estudiante _____ Docente/investigador _____ Personal administrativo _____

Sexo: F _____ M _____

Edad: 17-25 _____ 26-35 _____ 36-45 _____ 46-55 _____ 55 ó más _____

Buenos días/tardes. Soy _____ y pertenezco a un grupo de investigación de la Subdirección de Posgrado de la Facultad de Artes Visuales de la UANL que estamos realizando un estudio sobre el consumo y prácticas culturales de la comunidad universitaria de la UANL. Le solicito sea tan amable de contestar el siguiente cuestionario marcando con una “X” la opción que aplique a su caso.

EQUIPAMIENTO CULTURAL

Señale el equipamiento cultural al que tiene acceso en casa, escuela o lugar de trabajo:

Teléfono fijo _____ Teléfono celular _____

Libros _____ Radio _____

Televisión _____ Computadora _____

Reproductor de CD _____ Reproductor de DVD _____

Videocasetera _____ Cámara fotográfica _____

Cámara de video _____ XBOX _____

WII _____ Play Station _____

IPOD _____

LECTURA

1. ¿Ha leído libros en los últimos 12 meses? Sí _____ No _____

2. Promedio de libros leídos en los últimos 12 meses:

Menos de uno _____ Uno _____ Dos _____ Tres _____ Cuatro _____

Cinco o más _____

3. Autores de preferencia. Elija una opción solamente:

Mexicanos _____ Hispanoamericanos _____

Europeos _____ Estadounidenses _____

4. Mencione un autor de su preferencia: _____

5. Aproximadamente, ¿cuántos libros posee en su casa?

Ninguno _____ Menos de 10 _____ Entre 10-50 _____

Entre 51-100 _____ Más de 100 _____

6. ¿Acostumbra la lectura que no esté relacionada a su labor académica?

Sí _____ No _____

7. ¿Cada cuándo?

Todos los días _____ Una vez por semana _____ Cada quince días _____

Otra _____

8. De la lista de géneros literarios, señale cinco de su preferencia en orden de importancia, donde el 1 es el más importante.

- Literatura clásica _____
- Novela _____
- Poesía _____
- Reportajes de actualidad _____
- Libros de arte _____
- Libros ilustrados con fotografías _____
- Libros científicos, técnicos o profesionales _____
- Ensayos filosóficos, políticos o religiosos _____
- Diccionarios y/o enciclopedias _____
- Libros de cocina, muebles y/o decoración _____
- Libros esotéricos, de horóscopos u ovnis _____
- Libros de salud y/o orientación sexual _____
- Motivación y superación personal _____
- Otros libros _____

9. ¿En qué lugar lee con mayor frecuencia?

- En la casa/hogar _____ En el transporte público _____ En el trabajo/oficina _____
- En lugares de espera (médico, dentista, etc.) _____ En bibliotecas _____
- En plazas o parques _____ En cafés _____ Otro lugar _____

10. ¿En qué formato prefiere la lectura?

- Impresa _____ Digital _____

11. Si le gusta la lectura, señale la motivación más importante.

- Placer _____ Estudio _____ Trabajo _____ Otro _____

12. Modo por el que tiene más acceso a los libros:

Compra _____ Préstamo _____ Regalo _____ Biblioteca _____ Otro _____

13. ¿Con qué frecuencia lee periódicos?

Todos los días _____ Dos o tres veces por semana _____

Sólo los fines de semana _____ Una vez al mes _____

Casi nunca _____ Nunca _____

14. Mencione el periódico local de su preferencia: _____

15. ¿Con qué frecuencia lee revistas?

Todos los días _____ Dos o tres veces por semana _____

Sólo los fines de semana _____ Una vez al mes _____

Casi nunca _____ Nunca _____

16. Mencione el nombre de la revista de su mayor preferencia:

17. ¿Con qué frecuencia lee cómics o historietas?

18. Todos los días _____ Dos o tres veces por semana _____

Sólo los fines de semana _____ Una vez al mes _____

Casi nunca _____ Nunca _____

19. Mencione el cómic o historieta de su preferencia: _____

RADIO

1. Frecuencia con que escucha la radio:

Todos los días _____ Los fines de semana _____

Más de una vez por semana _____ Una vez por semana _____
Una vez cada 15 días _____ Una vez por mes _____
Menos de una vez por mes _____ Casi nunca _____

2. Señale la programación de su preferencia, numerando del 1 al 5 en orden de preferencia:

Noticieros _____ Programas de opinión _____
Radio novelas _____ Transmisiones de eventos deportivos _____
Programas musicales _____ Programas de entrevistas _____
Programas culturales _____ Programas de horóscopos y astrología _____

3. Mencione la estación de radio de su preferencia: _____

4. ¿Dónde acostumbra escuchar más la radio?

En casa _____ En el trabajo _____ Cuando me transporto a algún lugar _____

TELEVISIÓN

1. Frecuencia con que ve la televisión:

Todos los días _____
Más de una vez por semana _____ Una vez por semana _____
Una vez cada 15 días _____ Una vez por mes _____
Menos de una vez por mes _____ Casi nunca _____

2. ¿Cuánto tiempo dedica al día a ver la televisión:

Menos de una hora _____ De una a dos horas _____ Tres a cuatro horas _____
Cinco a seis horas _____ Más de seis horas _____

3. Señale el canal de TV abierta de su preferencia:

Canal 5 Televisa (nacional) _____	Canal 2 Televisa _____
Canal 7 TV Azteca _____	Canal 34 Televisa _____
Canal 12 Multimedios _____	Canal 4 TV Azteca _____
TV Nuevo León _____	Canal 10 Televisa _____
Canal 64 Multimedios _____	Otro _____ Ninguno _____

4. ¿Cuenta con algún servicio de televisión de paga? Sí _____ No _____

5. Señale la programación de su preferencia, numerando del 1 al 5 en orden de preferencia:

Noticieros _____	Transmisiones de eventos deportivos _____
Telenovelas _____	Programas sobre deportes _____
Caricaturas _____	Películas mexicanas _____
Películas extranjeras _____	Programas musicales _____
Programas cómicos _____	Programas de concursos _____
Series extranjeras _____	Programas culturales _____
Reality shows _____	Programas de opinión y debate _____

6. ¿Con qué frecuencia acostumbra ver videos/DVD?

Más de una vez por semana _____	Una vez por semana _____
Una vez cada 15 días _____	Una vez por mes _____
Menos de una vez por mes _____	Casi nunca _____

CINE

1. ¿Con qué frecuencia acostumbra ir al cine?

Más de una vez por semana _____	Una vez por semana _____
---------------------------------	--------------------------

Una vez cada 15 días _____ Una vez por mes _____

Menos de una vez por mes _____ Casi nunca _____

2. ¿De qué origen son las películas de su mayor preferencia?

Mexicanas _____ Estadounidenses _____

Europeas _____ Latinoamericanas _____

3. ¿Cuál género cinematográfico es el de su preferencia?

Acción/aventuras _____ Animación _____

Terror/suspense _____ Drama _____

Comedia _____ Romance _____

Documental _____ Otro _____

4. ¿Con qué frecuencia acostumbra rentar películas/DVD?

Más de una vez por semana _____ Una vez por semana _____

Una vez cada 15 días _____ Una vez por mes _____

Menos de una vez por mes _____ Casi nunca _____

5. ¿Acostumbra comprar películas? Sí _____ No _____

6. ¿Con qué frecuencia?

Cada quincena _____ Cada mes _____ De vez en cuando _____

TEATRO

1. ¿Asistió al teatro en los últimos tres meses? Sí _____ No _____

1. ¿De qué época son las obras de su preferencia?

Clásicas _____ Contemporáneas _____

2. Señale el género preferido en teatro:

Comedia _____ Musical _____ Drama _____ Humor _____
 Danza _____ Infantil _____ Experimental _____
 Revista _____ Otro _____

CONCIERTOS Y PRESENTACIONES DE MÚSICA

1. Lugar donde habitualmente escucha música:

La casa/hogar _____ El trabajo/la oficina _____
 Su vehículo _____ Espacios públicos _____
 (calles, plazas, parques)
 El transporte público _____ Cafés o bares _____
 Espacios reservados _____
 (auditorios, salas de concierto)

2. ¿Con qué frecuencia acostumbra ir a conciertos y audiciones de música?

Más de una vez por semana _____ Una vez por semana _____
 Una vez cada 15 días _____ Una vez por mes _____
 Menos de una vez por mes _____ Casi nunca _____
 Nunca _____

3. ¿De qué género es la música de su preferencia?

Clásica _____ Balada romántica _____
 Pop/rock _____ Grupera _____
 Vallenata _____ Folklórica _____
 Heavy Metal _____ Hip Hop _____

Reageton _____ Otro _____

MUSEOS

1. ¿Visitó algún museo en los últimos seis meses? Sí _____ No _____

2. Si su respuesta es sí, ¿qué fue lo que vio?

3. ¿En qué museo? _____

BIBLIOTECAS

1. ¿Acostumbra visitar bibliotecas? Sí _____ No _____

2. Frecuencia de asistencia a las bibliotecas:

Más de una vez por semana _____ Una vez por semana _____

Una vez cada 15 días _____ Una vez por mes _____

Menos de una vez por mes _____ Casi nunca _____

3. ¿Cuál fue el motivo de su visita?

Académico _____ Placer _____

3. ¿Utiliza las bibliotecas virtuales? Sí _____ No _____

MONUMENTOS

1. ¿Acostumbra visitar monumentos, lugares históricos o arqueológicos?

Sí _____ No _____

2. ¿Visitó algún monumento, lugar histórico o arqueológico en los últimos seis meses?

Sí _____ No _____

3. Si su respuesta es sí, ¿qué visitó?

OTRAS OFERTAS CULTURALES

Señale si acostumbra o no el consumo de las siguientes ofertas culturales:

	Sí	No
Cine de arte	_____	_____
Librería de arte	_____	_____
Galería de arte	_____	_____
Espectáculos de circo	_____	_____
Salón de baile	_____	_____
Plaza de toros	_____	_____
Ferias	_____	_____
Conferencias y pláticas	_____	_____
Asistir a exposiciones	_____	_____
Lucha libre	_____	_____

DEPORTES

1. ¿Acostumbra practicar actividades deportivas? Sí _____ No _____

2. Señale la actividad deportiva que más practica:

Caminar/correr	_____	Fútbol	_____
Gimnasio	_____	Bicicleta	_____
Volleyball	_____	Natación	_____
Basquetball	_____	Tenis	_____

Futbol americano	_____	Boxing	_____
Artes marciales	_____	Pesca	_____
Spinnig	_____	Aerobics	_____
Pilates	_____	Otro	_____
Ninguno	_____		

3. Frecuencia con que practica su actividad deportiva de preferencia:

Más de una vez por semana	_____	Una vez por semana	_____
Una vez cada 15 días	_____	Una vez por mes	_____
Menos de una vez por mes	_____	Casi nunca	_____

4. Frecuencia con que asiste a un evento deportivo:

Más de una vez por semana	_____	Una vez por semana	_____
Una vez cada 15 días	_____	Una vez por mes	_____
Menos de una vez por mes	_____	Casi nunca	_____

5. Modo en que sigue el futbol:

Asiste _____ Televisión _____ Radio _____ Internet _____
 No lo sigue _____

6. Tipo de torneo/campeonato que sigue:

Nacional _____ Internacional _____ Nacional e internacional _____
 Ninguno _____

VIAJES Y TURISMO

1. ¿Realizó algún viaje en los últimos seis meses? Sí _____ No _____

2. ¿Cuál fue el motivo de su viaje?

Vacaciones _____ Trabajo _____ Estudio _____ Otro _____

3. Destino del viaje:

Dentro del país _____ Estados Unidos _____ Resto del mundo _____

NUEVOS CONSUMOS CULTURALES

1. Tipo de telefonía que posee:

Sólo telefonía fija _____ Sólo telefonía celular _____ Ambas _____

Ninguna _____

2. Usos del celular:

Sólo para comunicarse _____ Comunicarse y otras herramientas _____

3. Tipo de usos del celular (de quienes lo usan para hablar y otras herramientas),
señale del 1 al 5 según sea el uso:

Envía/recibe mensajes de texto _____ Baja ring tones _____

Saca fotos _____ Toma video _____ Navega por Internet _____

Juega _____ Otro _____

VIDEOJUEGOS

1. Acostumbra jugar videojuegos: Sí _____ No _____

2. Lugar donde acostumbra jugar videojuegos:

En su casa _____ En casa de amigos y familiares _____ En la escuela _____

En cybers/locales _____ En el trabajo _____ Otro lugar _____

3. Equipo que usa para videojuegos:

Consola de videojuegos _____ Computadora _____ Celular _____

4. Tipo de contenidos preferidos en videojuegos:

De guerra _____ De estrategia _____ Deportivos _____ Educativos _____

5. ¿Cómo acostumbra jugar videojuegos?

Solo _____ En familia/con amigos _____ En red _____ Otro _____

INTERNET

1. ¿Acostumbra utilizar Internet? Sí _____ No _____

2. ¿Con qué frecuencia acostumbra utilizar Internet?

Diariamente _____

Más de una vez por semana _____ Una vez por semana _____

Una vez cada 15 días _____ Una vez por mes _____

Menos de una vez por mes _____ Casi nunca _____

3. Lugares habituales de conexión a Internet:

Casa/hogar _____ Escuela/Facultad _____ Trabajo/Oficina _____

Cibercafé _____ Casa de amigos _____ Otro lugar _____

4. Actividad que más realiza por Internet. Señale del 1 al 5 en orden de frecuencia:

Comunicarse/enviar y recibir e-mails _____ Chatear _____ Blogs _____

Bajar música _____ Buscar información _____ Bajar programas _____

Ver videos _____ Messenger (mensajería instantánea) _____

Leer prensa y noticias _____ Hacer compras _____

Utilizar servicios (banca electrónica, trámites) _____

IDIOMAS

1. ¿Tiene algún conocimiento de otro idioma distinto al español?

Sí _____ No _____

2. Idiomas extranjeros que domina en al menos un 80%:

Inglés _____ Francés _____ Alemán _____ Chino mandarín _____

Italiano _____ Portugués _____ Ruso _____ Otro _____ Ninguno _____

3. Lugar donde aprendió el idioma que conoce:

Familia _____ Escuela básica _____ Secundaria _____ Preparatoria _____

Universidad _____ Particular _____

CURSOS ALTERNATIVOS

1. ¿Realizó algún tipo de curso alternativo o no formal en los últimos 12 meses?

Sí _____ No _____

2. Tipo de curso realizado:

Relacionado con los estudios _____ Relacionado con lo laboral _____

Placer, cultura, recreación _____

3. De los relacionados con el placer, cultura y recreación, señale si realizó alguno de

los que se mencionan enseguida:

Artes plásticas _____ Música _____

Teatro _____ Danza _____

Gimnasia/yoga _____ Manualidades _____

Cocina _____ Otro _____

USO DEL TIEMPO LIBRE EN LA UNIVERSIDAD

1. Indique el promedio de tiempo libre, de acuerdo a su actividad de estudiante, docente o personal administrativo, de que dispone al día durante su estancia en la Universidad:

Menos de una hora _____ De dos a tres horas _____

De cuatro a cinco horas _____ Más de cinco horas _____

2. Señale las actividades que acostumbra realizar dentro de la Universidad en su tiempo libre:

Leer _____ Practicar algún deporte _____

Estudiar _____ Visitar bibliotecas _____

Escuchar música _____ Jugar videojuegos _____

Escuchar la radio _____ Juegos de mesa _____

Ver televisión _____ Navegar por Internet _____

Ver videos/DVD _____ Asistir a conferencias _____

Utilizar la computadora _____ Asistir a cineclubs _____

Asistir a conciertos _____ Visitar exposiciones _____

Conversar con compañeros _____ Ir a la cafetería _____

DIFUSIÓN CULTURAL

1. ¿Por qué medio se entera, en mayor medida, de la oferta cultural universitaria?

Medios de información universitarios _____ Medios no universitarios _____

2. Señale el medio universitario por el que se entera de la oferta cultural universitaria:

Periódico Vida Universitaria _____ Radio UANL 89.7 _____

XHMNU-TV Canal 53 _____ Página web de la UANL _____

Otro _____

3. ¿Con qué frecuencia escucha Radio UANL 89.7?

Más de una vez por semana _____ Una vez por semana _____

Una vez cada 15 días _____ Una vez por mes _____

Menos de una vez por mes _____ Casi nunca _____

Nunca _____

4. ¿Con qué frecuencia ve Canal 53?

Más de una vez por semana _____ Una vez por semana _____

Una vez cada 15 días _____ Una vez por mes _____

Menos de una vez por mes _____ Casi nunca _____

Nunca _____

5. ¿Con qué frecuencia consulta la página web de la UANL?

Más de una vez por semana _____ Una vez por semana _____

Una vez cada 15 días _____ Una vez por mes _____

Menos de una vez por mes _____ Casi nunca _____

Nunca _____

6. Señale la oferta cultural de la que le gustaría recibir información:

Presentaciones de libros _____ Eventos musicales _____

Exposiciones de arte _____ Conferencias _____

Cursos y seminarios _____ Eventos deportivos _____

Teatro y danza _____ Eventos académicos _____

7. De las siguientes publicaciones universitarias, ¿cuáles conoce?

Vida Universitaria (periódico quincenal de la UANL)	_____
ENLACESS (publicación de la Dir. de Vinculación y S. Social)	_____
RESPYN (revista de Salud Pública y Nutrición)	_____
CiENCiA UANL	_____
Medicina Universitaria (Facultad de Medicina, UANL)	_____
Ingenierías (revista de FIME)	_____
Trayectorias (Inst. de Investigaciones Sociales)	_____
Armas y Letras (revista de literatura, arte y cultura de la UANL)	_____
REFORMA (revista de la Preparatoria No. 3 de la UANL)	_____
Entorno Universitario (revista de la Prep. No. 16, UANL)	_____
Flammam (revista de la Prep. No. 25 de la UANL)	_____

COMENTARIOS:
