

DIRECTORIO

CP. Nicolás Novelo Nobles
Rector

Ing. Guadalupe de la Cruz Benítez
Secretario General

Dr. José Manuel Pérez Gutiérrez
Coordinador de Extensión Universitaria

Lic. Melenie Guzmán Ocampo
Directora de Difusión Cultural

L.D.G. Any Naholi Dorantes Echeverría
Departamento de Fomento Editorial
Diseño y diagramación

CP. Norma Leticia Pérez Romero
nperez@delfin.unacar.mx
Editor responsable en turno

LCC. Joel Adir Acuña Gálvez
jacuna@delfin.unacar.mx
Departamento de Radio y Tv

C. Juan Agustín López Zapata
jlopez@delfin.unacar.mx

LCC. Antonia Sellenne Jiménez Sánchez
ajimenez@delfin.unacar.mx

C. Beatriz del Carmen López Herrera
blopez@delfin.unacar.mx
Redactores

C. Rubén Alexander Sánchez Morales
C. Román Jesús Sánchez Pérez
Fotografía

Ing. Mario Alonzo Brito Ávila
Caricatura

Lic. Eduardo Martínez Hernández
Corrector de estilo



Gaceta Universitaria es el órgano oficial informativo de la Universidad Autónoma del Carmen, editado por el Departamento de Fomento Editorial.

La presente impresión corresponde a la publicación número 175 de la primera quincena de Diciembre de 2007.

Certificado de licitud de título 11183. Certificado de licitud de contenido 7814, número de reserva al título de derechos de autor 04-1999-121517522000-109.

El presente número se terminó de imprimir en Villahermosa, Tabasco, en los talleres de GR editorial, e mail: gr_01@mexico.com, con un tiraje de 2000 ejemplares. Este ejemplar es gratuito.

Los artículos de esta publicación reflejan el quehacer del articulista, por lo que las opiniones vertidas son responsabilidad del autor.

Oficinas del periódico: calle 20 "B" No. "8" A, edificio Liceo Carmelita, colonia Guanab, C. P. 24130, teléfonos: (938) 38 28894 y 38 11018 ext. 1402.

Editorial

A pesar de las dificultades con que iniciamos este año, gracias al esfuerzo, la voluntad, la actitud, y los valores, volcados cada día por cada uno de los que integramos la comunidad de esta casa de estudios, el final de 2007 nos encuentra juntos y de pie.

En el escenario anual que despedimos quedan jornadas intensas que escribieron páginas inolvidables por la trascendencia de la obra o de la acción. Entre otros podemos evocar, en una retrospectiva ágil, la inauguración de Radio Delfín, la reunión nacional del Consejo de Universidades Públicas e Instituciones Afines (CUPIA), la constitución de la Asociación Civil Carmen Emprende y el Centro de Articulación Productiva Innovación, Desarrollo Empresarial Articulado (CAPIDEA), la inauguración del Centro de Excelencia para la Investigación del Petróleo y Protección del Medio Ambiente, el Encuentro Internacional de Prospectivistas Iberoamericanos, los festivales enmarcados en el programa LagunArte y los ya tradicionales de que año tras año ofrece la UNACAR.

Despedimos el 2007 y nos preparamos para recibir el 2008, siempre de pie, innovadores y creativos, abiertos a la crítica, dispuestos a superar las metas y los desafíos. Seguramente en la realización de nuestra tarea, perfectible, hallaremos encrucijadas que demandarán decisiones trascendentes, pero habremos de permanecer unidos, trabajando juntos, desde el lugar que nos toque, sumando esfuerzos en torno a nuestra institución "Por la Grandeza de México".

Por el camino recorrido, por los sueños compartidos, por lo hecho y por lo mucho que aún nos resta hacer, que en estas fiestas de fin de año, tenga usted y su familia la mayor de las felicidades. Feliz 2008.



UNACAR sede de Encuentro Regional de Proyectos Emprendedores

La Universidad Autónoma del Carmen, a través de la Facultad de Ciencias Socio Económico Administrativas, fue sede los días 22 y 23 de noviembre del *III Encuentro Regional Empresarial* de la Zona VI sur de la Asociación Nacional de Facultades y Escuelas de Contaduría y Administración (ANFECA), siendo anfitrionas de este evento la Universidad Atenas Veracruzana, Campus Briones, y la UNACAR.

La UNACAR obtuvo esta oportunidad por los resultados de las participaciones que ha tenido en los encuentros anteriores a través de sus alumnos, que incluso ganaron el primer lugar en el encuentro nacional, el año pasado, con un proyector emprendedor.

Nancy Sánchez Sulú, del Cuerpo Académico de Contabilidad de la citada facultad, fue la coordinadora de este encuentro regional.

Ella comentó que el evento tuvo la finalidad de motivar y reconocer el espíritu empresarial de los participantes, quienes presentan ideas innovadoras de negocios para la creación de nuevas empresas o, en su caso, la venta de capital intelectual.

La inauguración y bienvenida a las universidades participantes fue el jueves 22 de noviembre, en la explanada de la biblioteca principal de la UNACAR, alrededor de las 15:00 horas, con la presencia del secretario General de nuestra institución máter, Guadalupe de la Cruz Benítez; el secretario Académico, Andrés Salazar Dzib; el coordinador de la Dependencia de Educación Superior Área Socio Económico Administrativas, Sergio Augusto López Peña; el secretario General del Consejo Directivo Nacional de ANFECA, Carlos Villegas de Lara; el director del Consejo Directivo de la zona VI sur de ANFECA, Héctor Vargas Rubín; y el coordinador del *III Encuentro Regional* de la Zona VI sur de ANFECA, Luis Alejandro Gasca Herrera.

En el evento participaron la Universidad Veracruzana, zona Xalapa; la Universidad Itsmoamericana de Coatzacoalcos, Veracruz; el Instituto Tecnológico de Mérida, la Universidad Modelo de Yucatán, la Universidad Autónoma del Carmen, y la Universidad Autónoma de Yucatán. Cada una de las universidades mencionadas participó con un solo equipo emprendedor, a excepción de nuestra institución que presentó dos.

De este evento regional se eligió a los dos equipos que representarán a nivel nacional a la Zona VI sur de ANFECA, en mayo de 2008, en Nacional Financiera de la Ciudad de México. Ambos equipos resultaron del vecino estado de Yucatán. En primer lugar, la Universidad Autónoma de Yucatán con el proyecto *Ts'irises* (sirises), que significa *niños*; se trata de la venta de muñecos regionales que, elaborados a mano, representan a la niñez maya, la vestimenta de los muñecos es el traje típico de los yucatecos: hipil para las niñas y guayabera para los niños. El segundo lugar lo obtuvo la Universidad Modelo de Yucatán, con el proyecto *Maya Miel*. Se trata de la venta de miel de la región y la presentación es en botellas de plástico. El tercer lugar fue un empate entre la UNACAR y Universidad Veracruzana, zona Xalapa.



Equipos participantes en el *III Encuentro Regional Empresarial* de la zona VI sur ANFECA.



Ts'irises, equipo ganador del primer lugar, Universidad Autónoma de Yucatán.



Maya Miel, equipo ganador del segundo lugar, de la Universidad modelo de Mérida Yucatán.

UNACAR presente en eventos nacionales e internacionales

La Universidad Autónoma del Carmen tuvo presencia en la Expociencia Nacional de Proyectos Juveniles de Ciencia y Tecnología 2007, a través de alumnos de la Preparatoria Campus II y ganó el derecho a participar en la internacional.

Los días 22 y 24 de noviembre, las alumnas Yesica Itzamara Castillo Ochoa, Karen López Rodríguez, Angelita Fernández Gallegos y el profesor de tiempo completo adscrito a la Academia de Humanidades, Daniel Casanova Gómez, representaron a nuestra máxima casa de estudios en la Expociencia Nacional, con sede en Puebla, Puebla.

Casanova Gómez informó que la UNACAR tuvo presencia con cuatro proyectos: tres de nivel medio superior y uno de nivel superior. El proyecto ganador fue expuesto por sus alumnas. Se denomina *Libéralos*, un juego de palabras que en latín significa *libros para los otros*.

De ese proyecto se desprenden tres actividades: la primera se denomina *Día de Lectura*, instituido como una actividad mensual, el último viernes de cada mes durante una hora. Otra actividad es *Lectura extramuros*, donde un grupo de alumnos periódicamente realiza salidas a escuelas de preescolar y primarias, públicas y privadas, a realizar una actividad que se llama lectura en el salón de clases. La dinámica es leerle a los niños un cuento u obras infantiles, con la finalidad de que vayan adquiriendo la cultura de leer.

La última actividad se llama *Libro libre*. Consiste en que los alumnos acuden a lugares públicos y hacen dos subacciones: dejar un libro a la vista de las personas para que éstas lo tomen y se lo lleven, con la finalidad de que lo lean; y entregar un libro directamente a quienes ocasionalmente pasen por allí, con la sugerencia que cuando lo terminen de leer se lo pasen a otra persona.

Con *Libéralos* la Preparatoria Campus II dejó en alto el nombre de la UNACAR, obteniendo el primer lugar de entre 25 proyectos en la categoría de Ciencias Sociales y Humanidades. Participaron la Universidad de Baja California Norte y la Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla, entre otras.

Al ocupar el primer lugar, la Unacar también ganó el derecho de estar presente en la Expociencia Latinoamericana, en Lima, Perú, en abril de 2008. Asimismo, debido a la excelencia del proyecto, fue seleccionado por una comisión africana para ser expuesto en Libia, África, en abril de 2008.

Academia

IV Coloquio Empresarial Universitario

Se llevó a cabo el IV Coloquio Empresarial Universitario bajo el lema "consultores universitarios con enfoque de calidad", actividad de la Facultad de Ciencias Socio Económico Administrativas.

Los alumnos del séptimo semestre de la licenciatura en administración de empresas presentaron en dicho coloquio el resultado del trabajo de consultoría que realizaron durante cuatro semanas en diversas empresas de la isla.

Margarita Carrillo Marín, docente de la facultad, coordinó este coloquio. Dijo que seis empresas de la localidad aceptaron por espacio de un mes que los alumnos se incorporaran a ellas. Agradeció personalmente a los representantes de dichos negocios, por el apoyo y confianza depositada en los consultores universitarios.

A través de cursos de desarrollo organizacional y administración de la calidad, durante cuatro semanas dentro de las empresas, los alumnos realizaron una práctica directa donde principalmente hicieron la investigación de la organización y, de acuerdo con los resultados, propusieron alternativas de solución, además de brindar capacitación sobre los puntos críticos de la empresa.

Realizar consultoría en las empresas a los jóvenes les da experiencia, mayor visión, ya que están próximos a iniciar el servicio social y estas prácticas les da seguridad, pierden el miedo a enfrentar el campo laboral.



Equipo participante en el IV Coloquio Empresarial-Universitario.

Docente representa a la UNACAR en importante congreso

Docente de la UNACAR, adscrita a la Dependencia de Educación Superior Área Educación y Humanidades (DES-DAEH) participó en el congreso internacional de educación denominado *Praxis y diálogos en educación, génesis y construcción de escenarios colaborativos*, organizado por el CIEDUC con sede en la Universidad Autónoma de Baja California, Unidad Mexicali, los días del 24 al 26 de octubre.

María de Lourdes Martínez Ortiz, integrante del Cuerpo Académico de Didáctica de la DES-DAEH, asistió al IV Congreso de Educación como ponente con el trabajo intitulado *Didáctica de los valores*. Su participación en este evento internacional dio presencia a nuestra máxima casa de estudios. "Particularmente, valorando la trascendencia del evento, la riqueza de aprendizajes profesionales-personales que se adquieren en espacios de esta naturaleza, así como la oportunidad de intercambiar experiencias académicas y establecer vínculos con otros profesionales involucrados en la labor educativa, fueron razones para aceptar asistir", indicó la catedrática.

La invitación la recibió del coordinador general del CIEDUC, Joaquín Vázquez García, debido a la excelente intervención que ella tuvo en el II Congreso Internacional de Educación del Instituto Tecnológico de Sonora, en el 2006.

Respecto de su ponencia, Martínez Ortiz remarcó que es producto del quehacer docente dentro del curso-taller del mismo nombre que se desarrolla de forma presencial y se cataloga como un curso optativo en el programa de la licenciatura en educación, que oferta la DES-DAEH. El objetivo del curso-taller es promover el desarrollo de estrategias didácticas que fomenten actitudes y hábitos en pro de una convivencia favorable y constructiva al interior de las instituciones escolares y en nuestra sociedad.

Por último, comentó que también brinda la oportunidad para potenciar procesos, pensamiento, creatividad, participación activa del estudiante, responsabilidad, interrelación de aprendizajes y valores.

Campamento-curso para animadores de la permanencia escolar

Los días 27 y 28 de octubre se realizó el campamento-curso con un grupo de 17 estudiantes que conforman el proyecto denominado *Animadores de la permanencia escolar*.

Este proyecto es coordinado por el Departamento Psicopedagógico de la Unidad Académica Campus II. Su objetivo es contribuir a la permanencia académica de los alumnos de nuevo ingreso mediante la participación de estudiantes de semestres avanzados que fungen como promotores del apego escolar.

Las actividades fueron realizadas en el Centro para la Investigación de la Vida Silvestre, situado en Hampolol, Campeche. Con el campamento se consiguió cohesionar al grupo, motivar su participación en el proyecto y mejorar sus competencias como promotor preventivo del abandono de estudios, al aprender temas como las relaciones entre profesores y alumnos, la comunicación en el aula, manejo del estrés escolar, autoestima y rendimiento académico.

Hubo un espacio para la evaluación de aprendizajes, en la que los jóvenes expresaron: "Participar en el proyecto nos permite ser más proactivos, asertivos, vencer el temor de expresar nuestras ideas y encontrar lo mejor de cada persona. Hemos aprendido a automotivarnos, escuchar, ser cooperadores, a convivir. Nos sentimos con mayor seguridad, autoestima, confianza en nosotros mismos, podemos y queremos enfrentar los problemas y ayudar a los demás. Concientizarnos de que podemos hacer aportaciones importantes para prevenir el abandono de estudios".

Con esta actividad se fortalecieron los propósitos, al promover que los alumnos participen en la sociedad contribuyendo en la solución de problemas que afectan a la comunidad, como el abandono de los estudios.

Asimismo, resalta el propósito de visión emprendedora, ya que desde el modelo se integra a los chicos a un proyecto innovador, que implica trabajo de conjunto y liderazgo en la interacción entre ellos, los grupos, preceptores y orientadores.

CFE tips

Oficina de Diagnósticos Energéticos Zona Carmen

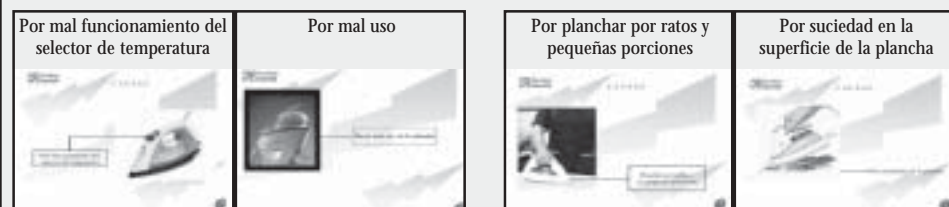
Comisión Federal de Electricidad desea a usted feliz año y que se cumplan todas sus metas propuestas. Asimismo, en coordinación con la Universidad Autónoma del Carmen, continuaremos la campaña de Ahorro de Energía Eléctrica. Hemos realizados juntos, hasta ahora, muchas actividades para eficientar el consumo de energía eléctrica y, sobre todo, cómo hacer para que ese ahorro se vea reflejado en su recibo.

Aquí le mencionamos los primeros CFETips del 2007.

FALLA

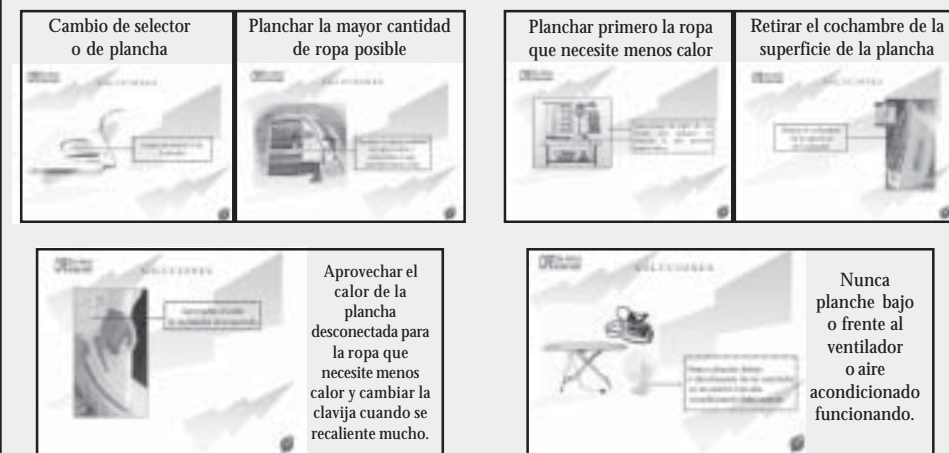
LA PLANCHA TARDA DEMASIADO TIEMPO EN CALENTAR

CAUSAS:



SOLUCIONES:

La Universidad Autónoma del Carmen y Comisión Federal de Electricidad "Una empresa de clase mundial", le aconsejan seguir estas recomendaciones para obtener un ahorro de energía.



Para aclarar cualquier duda, o si requiere de alguna información, diríjase al siguiente correo: fernando.inclan@cfe.gob.mx

Para hablar y escribir bien

Hola mis estimados lectores, hoy compartimos las siguientes sugerencias:

1.- **Alarmante/alarmista:** por lo general, estos adjetivos no se utilizan exactamente como sinónimos: **alarmante** significa que alarma y se usa referido a noticias y situaciones; y **alarmista** tiene el sentido de que propaga noticias alarmantes o tiende a creérselas y se utiliza sobre todo aplicado a personas: una situación alarmante, **un hombre muy alarmista**; sin embargo el diccionario de la Real Academia recoge el término **alarmista** con los dos sentidos.

2.- **Aleatorio:** este adjetivo significa fortuito, dependiente del azar: El resultado de un sorteo es aleatorio. No debe utilizarse con el sentido de discutible, relativo: *Lo que dices tiene un interés aleatorio...

3.- **Alerta:** como sustantivo es femenino: Dieron la alerta, aunque a veces se utiliza en masculino: un alerta general. Como adjetivo se han utilizado en ocasio-

nes las terminaciones **-o** y **-os** para el masculino (los guardias alertos), pero la habitual es la forma alerta para ambos géneros, tanto en singular como en plural: Con los sentidos alertas, la mirada alerta.

4.- **Alguien:** este pronombre indefinido siempre es masculino singular. Por lo general, se considera incorrecto usar **alguien** en lugar de **alguno** en construcciones partitivas del tipo: *Alguien de los que están aquí. Sin embargo, se admite cuando no interesa precisar demasiado sobre una persona en cuestión, pues **alguien** designa a un individuo cualquiera de forma más vaga que **alguno**, **alguna**, y además no especifica su sexo: No quiero señalar, pero alguien de esta familia no me quiere bien.

Hasta pronto y recuerden, dudas y sugerencias: dcasanova@pampano.unacar.mx, dcasanova_98@yahoo.com

 **TÚ**
PUEDES SER UN
EMPRESARIO
EXITOSO

EmpreSer - Carmen

Téncelo como meta TU PROPIA EMPRESA

- Asesoría para elaborar plan de negocios. GRATUITA
- Capacitación en políticas empresariales
- Tecnología

EmpreSer
Empresarios Unidos

CARRILLO NO. 109 por 47, Col. Centro, C.P. 24100
 Ciudad del Carmen, Campeche
 Tel. (999) 381-1018 Ext. 1010
www.empreser.org



RINCÓN DEL MARKETING

Cuerpo Académico de Administración

Aproximaciones a la definición del *marketing directo*



A partir del presente capítulo dejaremos a un lado, por el momento, el interesante campo de las ventas, en el que manejamos temas interesantes. Iniciamos con el concepto y su definición, así como varios artículos básicos en esa área de la mercadotecnia. Comenzamos ahora un tema que fue sugerido por los alumnos de la Facultad de Ciencias Económico Administrativas: el marketing directo.

Juan Menal Ramón, presidente de la Asociación Española de Marketing Directo, declara “la venta a domicilio no es marketing directo. Lo que pasa es que a veces los contactos para la venta a domicilio se realizan por marketing directo y el vendedor acaba por rematar la venta”.

Pero las cosas no están tan claras. Existe la Asociación Española de Empresas de Venta Directa, que cuenta con más de 30 empresas adscritas al día de hoy, año 2007, entre cuyas actividades esenciales está la venta directa a domicilio, y, dentro de ella, la especialidad de venta por el sistema multinivel, del cual hablaremos en otros capítulos, el networking.

En Europa hay más de trecientas empresas afiliadas a la Federación Europea para la Venta Directa y el Servicio a Domicilio, con un volumen cifrado de 10 mil 641 millones de dólares al 2007.

También, por conveniencia y porque así lo desean sus asociados, en España coexisten varias organizaciones, como la Asociación Española de Marketing Directo, que nació en 1989 y agrupó primero las empresas de venta por correo. Otras son la Asociación Española de Marketing Telefónico, la Asociación Española de Usuarios de Videotex, etcétera, que contribuyen a parcelar un campo, que en ocasiones es terreno común.

Son denominaciones concomitantes en algún aspecto. Por ejemplo, el marketing telefónico es marketing directo. ¿Cómo se puede negar? La venta directa también lo es (la venta es una actividad del marketing). Sin embargo, están desencadenando, por lo menos, unas dudas y desconciertos que impulsan decididamente a despejar de alguna manera esta maraña de posiciones, discrepantes muchas de otras.

El marketing directo sirve también para hacer test de mercado. Por ejemplo: test de motivaciones de compra, estudios sobre el comportamiento del consumidor ante la competencia, test de concepto de producto, y desde luego, la construcción de una base de datos, segmentación del mercado, estructura de los segmentos de mercado.

Jay Conrad Levinson, exvicepresidente y director creativo de J. Walter Thompson & Leo Burnett advertising, definió así la mercadotecnia directa: “el marketing directo es cualquier marketing pensado para producir beneficios sin una reunión cara a cara”. Es interesante. Si matizamos la frase “producir beneficios” es más genérico que vender directamente. Es toda acción de marketing encaminada a la obtención de beneficios; en definitiva, cualquier acción que se encuadre en el marketing- mix o que apoye las estrategias del mismo.

El marketing directo debe tener su propia calificación y definición, que se inscriba en un espectro amplio del marketing mix.

Ramón Guardia, director de marketing directo de Ogilvy & Mather, se pronuncia sobre el tema de la siguiente manera: “marketing directo es toda actividad de comunicación que tiene como objetivo principal crear y explorar una relación directa entre una empresa y sus clientes y prospectos tratándolos como individuos”.

atrujillo@pampano.unacar.mx.

DELFINaliza tus estudios

Departamento psicopedagógico. Campus II

Comunicación y bienestar psicológico

Comunicarse adecuadamente con los demás permite alejarse de malestares físicos, psicológicos y de relación con los demás en la familia, escuela, trabajo, amigos, etcétera. Es una habilidad que empieza por eliminar algunos pensamientos y actitudes que se ejemplifican en estas frases: “mejor no le digo a los demás mi opinión, no sea que vayan a sentirse”, “prefiero no tocar el tema para evitar una discusión”, “los demás saben como pienso, ya no tengo que expresar nada”, “me conocen, saben lo que necesito, ya no debo recordárselo”, “lo que yo tengo que decir no es tan importante como lo que otros dicen”.

Estos pensamientos, lo que provocan, son emociones negativas de ansiedad, frustración, enojo, tristeza, sentimientos de desvalorización y baja autoestima que, si no se controlan, pueden manifestarse en síntomas médicos y trastornos como dolores de cabeza y musculares, problemas digestivos, presión arterial, entre otros.

Haga un esfuerzo por mejorar practicando conductas asertivas. ¿Ser asertivo? Sí. Ello implica que de ahora en adelante exprese sus sentimientos, opiniones y pensamientos en el momento oportuno, de la forma adecuada y sin negar ni desconsiderar los derechos de los demás. Por ejemplo, diga “sé que mi opinión es distinta a la de ustedes y que alguien pueda pensarme desconsiderado, pero yo pienso, siento que...” No encare a las personas, enfrente a los problemas hablando de ellos, evite que crezcan por no dialogar en el momento indicado.

Nadie lee la mente o adivina cuáles son sus necesidades. Si desea algo, expréselo, déjese conocer, diga: “me hace sentir muy contento que me digas que soy importante para ti”, “me molesta que no me hables por teléfono cuando vas a llegar tarde”. Valore la necesidad de ser escuchado y aconsejado por los demás, no se sienta una carga para nadie. Ahora que consiga expresarse haciendo uso de la asertividad, ¿cómo se beneficiará su salud? ¿Cómo cambiarán sus relaciones con los demás? ¿Cómo influirá en su autoestima y bienestar psicológico?

rmartinez@pampano.unacar.mx

Cel. 938 13 57 4 57

Acertijo Lógico

Es una actividad de la Academia de Humanidades de la Preparatoria del Campus II, cuya finalidad es desarrollar algunas habilidades del pensamiento entre los alumnos del plantel, básicas en la resolución de problemas. La actividad lúdica es una de las mejores estrategias para desarrollarlas.

Durante el semestre se publicará un acertijo cada 15 días. Se invita a toda la comunidad preparatoria a mandar la respuesta al e-mail: dcasanova@lapalabra.com

Los resultados se darán a conocer en la **Gaceta Universitaria** y al finalizar el semestre se publicará una lista con los nombres de los alumnos que hayan acumulado más puntos.

El orden de puntuación es el siguiente:

- ❖ A los 5 primeros en contestar se les otorgarán 5 puntos.
- ❖ Los siguientes 5 lugares recibirán 3 puntos.

- ❖ Los próximos 5 recibirán 2 puntos.
- ❖ A todos se les dará un punto por participación.

Al final los tres alumnos que hayan acumulado más puntos recibirán sendos premios y constancias de participación.

Suerte. Esperamos su respuesta.

Acertijo lógico N° 12

Geografía instantánea

¿Qué país africano de 7 letras, tiene por nombre en inglés el que resulta de intercambiar la segunda y la quinta letras de su nombre en castellano?

Termostato Educativo

Cuerpo Académico de Didáctica

La Rama: medio de educación en la época colonial

Dos de las más arraigadas tradiciones de fin de año, son la de la Rama y El Viejo, respectivamente. Festividades que reúnen formas y costumbres en el canto, el baile, la representación teatralizada y la caracterización de personajes.

El 16 de diciembre, con el inicio de las posadas, comienzan también los cantos nocturnos de la rama, cuyos antecedentes más lejanos se encuentran en la época colonial, cuando los misioneros españoles empezaron a difundir la religión cristiana, utilizando en las festividades religiosas, hachones, velas de cera, faroles con armadura de metal o de madera, que en la Nueva España se sustituyeron con varas de la flor del maguey.

Se dice que en las ramas, originadas en la zona rural, convergen elementos indígenas, españoles y afrocubanos. Los indígenas realizaban una festividad que coincidía con las fiestas decembrinas, llevando una rama llamada versúchil, que representaba la renovación de la naturaleza, y en la que se tocaban piezas musicales al ritmo de panderetas, sonajas y guitarras, que conforman la influencia española; y de coros, claves y cantos llamados aguinaldos afrocubanos.

En algunas regiones del país, las ramas se hacían sobre la flor del maguey que se da en las arenas de los médanos costeros, rectas, de poco peso, con las flores en la copa, facilitando el adorno. Con este escenario ambulante, se recorría la población, casa por casa, entregándoseles una rama y amenizando con coplas y villancicos.

La rama -de cualquier árbol- se adorna con faroles de papel, dulces, figuras de papel de china, estrellitas plateadas o doradas, o cualquier otro adorno brillante. Se reúnen varios niños -aunque a veces también adolescentes y adultos- que salen con la rama adornada a cantar de casa en casa, canciones relacionadas con el nacimiento de Jesús, haciéndose acompañar con panderetas, guitarras y sonajas. En este andar de casa en casa, se solicita el aguinaldo.

Isla de Letras

Un espacio para conocer acerca de nuestro idioma

Cuerpo Académico de Estudios Lingüísticos y Literarios del Español

Papá Noel, ese personaje de ropas rojas y barba blanca que vemos estos días por todo el mundo en las fiestas navideñas, fue forjado a lo largo de los últimos diecisiete siglos, tomado como base la historia de un obispo que vivió en el siglo IV, según nos relata Ricardo Soca, en La palabra del día.

Manifiesta que en la ciudad de Mira, antiguo reino de Licia, y actual territorio de Turquía, vivió un pontífice llamado Nicolás, célebre por la generosidad para con los niños y los pobres, pero fue perseguido y encarcelado por el emperador Diocleciano. Con la llegada de Constantino al trono de Bizancio -Constantinopla- Nicolás quedó en libertad y pudo participar en el Concilio de Nicea (325). A su muerte, fue canonizado por la iglesia católica como San Nicolás.

Su fama generó leyendas sobre sus milagros en los niños y entre los pobres. En los primeros siglos después de su muerte, San Nicolás se convirtió en patrono de Rusia y de Grecia, así como de incontables sociedades benéficas, tanto tutelar de los niños, de las jóvenes solteras, de los marineros, de los mercaderes y de los prestamistas.

Desde el siglo VI comenzaron a erigirse numerosas iglesias dedicadas a este santo. Tal tendencia quedó interrumpida por la reforma religiosa, cuando el culto a San Nicolás desapareció de toda la Europa protestante, excepto de Holanda, donde se lo llamaba Sinterklaas (una forma de San Nicolás, en neerlandés).

En Holanda, la leyenda de Sinterklaas se fusionó con antiguas historias nórdicas sobre un mítico mago que andaba en un trineo tirado por renos y que premiaba con regalos a los niños buenos y castigaba a los que se portaban mal. En el siglo XI, mercaderes italianos que pasaban por Mira robaron reliquias de San Nicolás y las llevaron a Bari, con lo que esa ciudad italiana, donde el santo nunca había puesto los pies, se convirtió en centro de devoción y peregrinaje, al punto que hoy es conocido como San Nicolás de Bari. Emigrantes holandeses llevaron la tradición de Sinterklaas a los Estados Unidos, cuyos habitantes anglófonos adaptaron el nombre a Santa Claus, que les resultaba más fácil de pronunciar, y crearon una nueva leyenda, que acabó de cristalizar en el siglo XIX, sobre un anciano alegre y bonachón que en la navidad recorría el mundo en su trineo distribuyendo regalos. Santa Claus se convirtió rápidamente en símbolo de la navidad, en estímulo de las fantasías infantiles y, sobre todo, en ícono del comercio de regalos navideños, que anualmente moviliza miles de millones de dólares.

Esta tradición -ahora remozada- no demoró en cruzar nuevamente el Atlántico y extenderse hacia varios países europeos, en algunos de los cuales Santa Claus cambió de nombre. En el Reino Unido se le llamó Father Christmas (Papá Navidad); en Francia fue traducido a Père Noël (con el mismo significado), nombre del cual los españoles trajeron sólo la mitad, para adoptar Papá Noel, que se extendió rápidamente a la América Latina.

RESULTADOS DE ENCUESTAS DEL DEPARTAMENTO DE RADIO Y TELEVISIÓN

Estimados lectores, nos es muy grato hacer de su conocimiento los resultados que arrojó el sondeo de opinión que se realizó tanto en la comunidad universitaria como carmelita. Esto como parte de los trabajos que realiza la Coordinación de Extensión Universitaria. Preocupada por ofrecer un mejor servicio a las comunidades antes mencionadas, esta coordinación aplica un cuestionario de cada una de las áreas que la conforman Difusión Cultural: Fomento Editorial, Talleres Artísticos, Centro Cultural Universitario (CCU), Radio y Televisión, Dirección de Deportes y recreación, Centro de Innovación y Liderazgo (CIL).

En números anteriores **Gaceta Universitaria** ha publicado avances de los resultados. En esta ocasión te presentamos las encuestas que se aplicaron del área de Radio y Televisión. Te daremos a conocer la opinión que tiene el público acerca de los rendimientos de la dependencia, pero en particular, la investigación la enfocamos hacia la estación cultural de la casa de estudios: Radio Universitaria Delfín.

El cuestionario se estructuró con el siguiente objetivo general: Conocer la opinión que tienen docentes, administrativos, alumnos y público en general sobre esta emisora.

Como objetivos específicos se plantearon: a) Caracterizar a nuestra audiencia, b) Determinar si la estación ya está posicionada en la población, c) Conocer el consumo que tienen nuestro auditorio, d) Medir el impacto, la efectividad, la eficiencia y la eficacia de este medio de comunicación, e) Medir los gustos y preferencias radiofónicas de nuestro público meta.

Con base en estos indicadores, el instrumento se aplicó por medio de la técnica de encuesta a una población de 250 personas, distribuidas de la siguiente manera: 50 administrativos, 50 docentes, 50 alumnos de licenciatura, 50 alumnos de preparatoria y 50 personas de la comunidad, cuyas edades comprendieron el rango de los 15 a los 60 años.

El estudio de campo se efectuó del 16 al 30 de noviembre de 2007. De los resultados obtenidos, propondremos una serie de estrategias que nos permitan convertir en fortalezas las debilidades detectadas.

RESULTADOS

Respecto al primer objetivo específico, de manera concreta tenemos que la edad promedio de los encuestados es de 21 años, predominando en 57% las mujeres y 43% los hombres. El 42% de los entrevistados son estudiantes, el 42% son profesionistas; el 16% restante son amas de casa, comerciantes, técnicos, secretarías, jubilados, otros.

La pregunta que les hicimos sobre su conocimiento de que esta casa de estudios cuenta con su propia estación de radio, el 86% de la muestra saben de la existencia de esta radiodifusora, mientras que el 14%, no.

Radio Universidad Delfín se ha posicionado tanto en la comunidad universitaria como carmelita, de acuerdo a los datos arrojados, en donde el 66% conoce el nombre de la estación, mientras el 34%, no. Nuestra audiencia nos ubica en un 43% por el nombre, el 18% por la frecuencia y sólo el 5% por nuestras siglas.

En un 32% los encuestados opinan que la programación que transmitimos en Radio Universidad Delfín es buena, el 27% le parece regular y sólo el 6% no les agrada.

De este porcentaje que tiene conocimiento de la existencia de Radio Universidad Delfín, el 44% la sintonizan por el tipo de música que se transmite, el 39% la escucha

por el tipo de información que se difunde y el 10% restante se inclina por la conducción que hacen los locutores.

Respecto al tercer objetivo que planteamos sobre conocer el consumo que hace nuestro auditorio, el 35% escucha el 88.9 de FM por espacio de media hora; el 21% le destina una hora y sólo el 13% permanecen en la sintonía en un promedio de dos horas o más.

Por lo regular, el 34% de nuestros radioescuchas sintonizan Radio Universidad Delfín por las mañanas, el 30% en la tarde, el 8% los sábados, el 7% al medio día, el 6% de la población encuestada la escucha en la madrugada y los domingos.

El lugar predilecto para las personas que sintonizan esta emisora cultural de la UNACAR es el automóvil (53%), el 30% nos escuchan en sus casas, el 15% en oficinas y sólo el 2% en otros lugares.

El medio por el cual escuchan esta emisora es 93% por el radio convencional y el 7% por Internet.

Al medir el impacto, la efectividad, la eficiencia y la eficacia de este medio de comunicación, el 95% de los encuestados opinan que la emisora cumple con su función de radio cultural, mientras que el 5% restante no lo considera así.

Por último, nos plantemos medir los gustos y preferencias radiofónicas de nuestro público meta. Por ello, en el instrumento aplicado les cuestionamos cuál era su programa favorito. Dentro del agrado de nuestros radioescuchas, con 27% se encuentran los programas *Faro universitario* y *La hora de salsa*; con 19%: *La hora de baladas*; con 15% *Nostalgia musical*; otro 15% para *Voces inmortales*; 12% a *La hora de jazz*; 11% el programa infantil del *Lobito feroz*; en 9% están los programas de *Los grupos de ayer* y de *Música latinoamericana*; un 6% al programa de música clásica denominado *Grandes conciertos*; un 4% la producción *Un poco de todo*; en 3% *Atecocolli* y *Delfín Deportivo*.

Tomando en cuenta la opinión de los encuestados, los géneros que más demandan se programe en Radio Universidad Delfín, son: en 25% música instrumental; en 22% rocanrol; en 18% la música del mundo; en 17% música clásica; en 15% música variada; en 9% los géneros tropical y de marimba; en 6% la música de salón; en 5% las rancheras y en 4% el género de bosanova.

INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

La mayor parte de nuestro público, según los datos obtenidos en la aplicación de las encuestas, son jóvenes de sexo femenino, esto quizá se deba a que en la Universidad Autónoma del Carmen predominan las mujeres, tanto entre el estudiantado como en el personal que en ella labora. Además de que, de acuerdo con las estadísticas mundiales, el género que más predomina es el femenino.

Del total de 250 entrevistas realizadas, un gran porcentaje sabe que la UNACAR cuenta con un medio de comunicación tan importante como la radio. Asimismo, son personas que regularmente sintonizan la estación en su automóvil y preferentemente lo hacen al desplazarse de su casa al trabajo o viceversa.

Los programas de mayor audiencia que son *Faro Universitario* y *La hora de salsa*. Interpretamos que es debido a que son horas en las que las personas se encuentran desplazándose a sus actividades laborales, pues están programadas en las horas pico, pero debe influir también el gusto por los géneros mencionados, que han sido una tradición en la región, porque existe la opción de cambio de canal.

Radio Universidad Delfín es un medio de comunicación del agrado de la gente que sintoniza la emisora. La mayoría coincide en que la estación cumple con la función que le fue encomendada: difundir el arte, la ciencia, la cultura, el deporte, la técnica y la tecnología. De igual forma, consideran de calidad el contenido de la barra programática y la conducción de sus locutores.

Por último, podemos decir que a un año de estar operando Radio Universidad Delfín, tenemos bien claro -tanto los que trabajamos en la emisora como nuestra audiencia- el perfil de la estación.

CONCLUSIONES

Es agradable ver que el trabajo conferido a la Coordinación de Extensión Universitaria, y en particular al Departamento de Radio y Televisión, se va cumpliendo tal y como lo marca el programa tres del Plan Faro U-2010 de la UNACAR.

A un año de estar funcionando y luego de haber aplicado la primera encuesta, vemos que el trabajo y esfuerzo que hemos dedicado todos los que trabajamos en Radio Universidad Delfín, origina impacto en el gusto de la comunidad en general y poco a poco hemos ganado adeptos, que es a fin de cuentas por quienes trabajamos y con quienes estamos comprometidos, logrando que la UNACAR sea reconocida, valorada y respaldada en sus proyectos futuros por propios y extraños. Lo antes mencionado, gracias a la difusión de las actividades educativas, culturales y deportivas que se generan en su interior.

Es importante mencionar que la presente investigación requiere de un trabajo de seguimiento, el cual se atenderá de manera inmediata aplicando las estrategias en el corto, mediano y largo plazos, según corresponda, para que en el próximo año se aplique el sondeo correspondiente y sus indicadores certifiquen o nieguen si estamos satisfaciendo las necesidades de difusión y comunicación. Además, es innegable que la retroalimentación que obtenemos servirá de orientación y estímulo en la dirección y sentido de la barra programática en el futuro, iniciando las modificaciones en el 2008.

Continúa pág.14

Oferta la UNACAR la maestría en artes

La Universidad Autónoma del Carmen (UNACAR) pone a disposición de licenciados en arte, filosofía, lengua y literatura, pedagogía, psicología, historia, antropología, comunicación social y graduados en carreras afines, la maestría en artes, áreas terminales en música, educación musical, educación artística, artes plásticas y artes escénicas.

La apertura, en enero del 2008, tiene la intención de brindar una superación posgraduada al profesorado que atiende al sistema de enseñanza artística en la UNACAR de modo que contribuya a elevar la calidad en la comunidad artística y docente de la ciudad.

Roberto Hernández Biosca, representante del Instituto Superior de Arte de La Habana (Cuba), puntualizó el objetivo: "Formar profesionistas altamente calificados que puedan laborar exitosamente en el terreno de las artes como docentes, creadores, intérpretes, teóricos, promotores e investigadores en el complejo mundo de hoy, marcado por el espíritu de la globalización, además de fortalecer al Cuerpo Académico de Artes". La maestría tendrá tres modalidades: cursos básicos, especializados y optativos, agrupados en 4 módulos con cuatro semanas de duración.

Es importante mencionar que los participantes escogerán los cursos según el área de formación: temas de armonía, análisis musical, interpretación musical históricamente informada I y II, perspectivas antropológicas de la educación artística, estrategias de aprendizaje, espacios de representación, escenificación del texto y taller experimental de pintura I y II. Serán impartidos por doctores y maestros de la UNACAR, el Instituto Superior de Arte de La Habana (Cuba), el Instituto Iberoamericano de Houston (Texas), la Universidad Veracruzana y del Instituto Nacional de Antropología e Historia de Campeche. Podrán participar también pasantes de licenciaturas en artes cuyas universidades de procedencia admitan la acreditación de cursos de una maestría para obtener el título de licenciados.

Los interesados deberán entrevistarse con un sínodo de profesores y presentarán, además, su currículo, evaluaciones como docente, trabajos de investigación o de creación, publicaciones, catálogos de exposiciones o conciertos, premios y menciones obtenidos, así como otros elementos que permitan valorar su trayectoria artística o docente. Para mayor información deberán dirigirse al gestor Jorge Pérez Falconi, al teléfono 3811018 extensión 1900, y al correo electrónico jp_falconi@yahoo.com.

EXPOSICIÓN TEMPORAL DEL CAMPEÓN DEL MUNDO



FINES

Exposición de las obras de arte (pinturas, grabados, esculturas, fotografías, etc.) de los artistas de la escuela de arte de la Universidad de Cádiz, en el marco de la celebración de la Semana de la Cultura y el Arte de la Universidad de Cádiz, en el mes de diciembre de 2007.

ORGANIZACIÓN

Departamento de Arte y Artes Plásticas
 Facultad de Bellas Artes y Artes Escénicas
 Universidad de Cádiz
 C/ San Agustín, 1
 11013 Cádiz, España

Artistas participantes:
 María José López
 Susana López
 Susana López
 Susana López
 Susana López

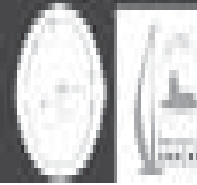
PROGRAMA

Exposición de arte
 del 15 de diciembre
 al 22 de diciembre
 en el espacio
 de arte
 de la Universidad
 de Cádiz

CLAVE DE COLOR

Exposición de arte de la Universidad de Cádiz, en el marco de la celebración de la Semana de la Cultura y el Arte de la Universidad de Cádiz, en el mes de diciembre de 2007.

Información:
 Calle de San Agustín, 1
 11013 Cádiz, España
 Tel: 952 01 01 01 - 952 01 01 02
 Fax: 952 01 01 03
 Email: info@uca.es



La muestra cuenta con profesores alternos (profesores y maestras) pertenecientes a la Universidad Autónoma del Barroco, al Instituto Superior de Arte de La Habana, al Instituto Interamericano de San Antonio de las Flores, a la Universidad Veracruzana y al IFAH de Campeche.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Mostrar los trabajos de arte de los artistas de la cultura y del arte de la Universidad de Cádiz, en el marco de la celebración de la Semana de la Cultura y el Arte de la Universidad de Cádiz, en el mes de diciembre de 2007.

CURSOS BÁSICOS

- Cultura y Arte
- Arte
- Historia del Arte
- Teoría del Arte
- Estética
- Historia del Arte
- Teoría del Arte
- Estética
- Historia del Arte
- Teoría del Arte
- Estética

REQUISITOS PARA LA PARTICIPACIÓN

- Residencia en España
- Residencia en España
- Residencia en España
- Residencia en España
- Residencia en España
- Residencia en España
- Residencia en España
- Residencia en España
- Residencia en España
- Residencia en España

REQUISITOS DE CALIFICACIÓN

El requisito de calificación es el de haber cursado y aprobado los cursos básicos de la asignatura de Arte y Artes Plásticas, en el marco de la celebración de la Semana de la Cultura y el Arte de la Universidad de Cádiz, en el mes de diciembre de 2007.

REQUISITOS DE PARTICIPACIÓN

Los requisitos de participación son los de haber cursado y aprobado los cursos básicos de la asignatura de Arte y Artes Plásticas, en el marco de la celebración de la Semana de la Cultura y el Arte de la Universidad de Cádiz, en el mes de diciembre de 2007.

CONTRIBUTIVO

Máximo de 100 euros por artista participante.

COSTOS

- Exposición: 1.000 €
- Exposición: 1.000 €
- Exposición: 1.000 €
- Exposición: 1.000 €
- Exposición: 1.000 €



UNACAR presente en la Primera Semana Regional PyME 2007

Con la finalidad de apoyar el fortalecimiento y la competitividad de los emprendedores de las micro y pequeña empresas de la región Laguna de Términos, así como promover, difundir y vincular el desarrollo económico del estado desde una perspectiva regional, además del fomento a la creación, permanencia y expansión de las micros, pequeñas y medianas empresas, la Universidad Autónoma del Carmen participó del 14 al 16 de noviembre en el marco de la Primera Semana Regional PyME 2007.

El evento, organizado por el Gobierno del Estado de Campeche, la Secretaría de Economía y los Consejos Coordinadores Empresariales de Ciudad del Carmen, Campeche y Tabasco, contó con una cobertura regional estando presentes los estados que tienen una mayor influencia petrolera o que cuentan con empresas que dan servicios a esta industria, tal es el caso de Puebla, Veracruz, Tabasco, Chiapas, Campeche, Yucatán, Quintana Roo y Estado de México.

Para la realización de este magno evento se destinaron recursos por más de 2 millones de pesos, según dio a conocer el presidente del Consejo Coordinador Empresarial de Carmen (CCEC), Marco Antonio Sánchez Heredia, quien reafirmó la importancia del papel que juega la capacitación en el sector empresarial, factor que pretende ser parte de la proveeduría de servicios en la industria petrolera, una llave que –aseguró– les está permitiendo ir avanzando a las empresas.

Participaron 180 empresas expositoras, así como 10 empresas tractoras que sostuvieron encuentros de negocios con las MIPyMES durante los tres días del evento, prestando atención a más de cinco mil personas de diferentes sectores económicos que visitaron la exposición, asistieron a las conferencias y a los talleres.

Sánchez Heredia destacó que este año no sólo aumentó el número de empresas participantes, sino que jóvenes emprendedores de la Facultad de Comercio de la Universidad Autónoma del Carmen tuvieron la oportunidad de involucrarse con el sector de negocios mediante la realización de prácticas profesionales.

Afirmó que el evento cobró mayor importancia ante la necesidad de consolidar líneas de trabajo permanentes, ya que permitió la vinculación de la demanda de productos y servicios generados en la región con la oferta existente. De la misma manera, se logró ampliar la participación de más estados comprometidos con el desarrollo y el crecimiento del país a través de las relaciones comerciales y profesionales con las micro, pequeñas y medianas empresas que laboran en la industria petrolera. Los sectores de mayor impacto fueron industria, agricultura, comercio, servicios, minería y construcción.



Ceremonia de inauguración de la Semana Pyme.



El gobernador en compañía de otras autoridades inauguraron los pabellones de exposición.



EmpreSer, tuvo gran afluencia de visitantes.

Se reúne el SINPRIES con el grupo plural del Senado de la República.

En un evento por demás inédito no sólo en la historia de las radios universitarias, sino en el área de la Extensión y Vinculación de los Servicios de la Asociación Nacional de las Instituciones de Educación Superior (ANUIES), el día 5 de diciembre, el Sistema Nacional de Productoras y Radiodifusoras de las Instituciones de Educación Superior (SINPRIES), se reunió con integrantes de la subcomisión del grupo plural del Senado de la República para presentar una serie de propuestas que considera deben plasmarse en la reforma a la Ley de Radio y Televisión.

El presidente del SINPRIES, Wilfrido Ibarra Escobar, en compañía de un grupo de directores de las universidades autónomas de Aguascalientes, Campeche, Carmen, Guadalajara, Guerrero, Monterrey, Occidente, San Luis Potosí, Sinaloa, Yucatán y Veracruz, así como de Lourdes Ruiz Lugo, directora de Extensión y Vinculación de la ANUIES, quien asistió en representación de Rafael López Castañares, secretario General Ejecutivo de la ANUIES, fueron atendidos por los senadores del PRI, PRD, Convergencia, PAN y PT.

El senador Raúl Mejía González, del PRI, destacó la contribución a la difusión de la cultura y el conocimiento científico, tecnológico, humanístico y artístico de las radios universitarias.

Por su parte, Ibarra Escobar agradeció a nombre de las 38 radiodifusoras y 13 productoras distribuidas en todo el país, el que la subcomisión del grupo plural del Senado atendiera a las radios de las instituciones de educación superior.

Entre las propuestas que presentó el SINPRIES a los senadores, destaca que la conversión tecnológica para las radios de educación superior sea a título gratuito y se facilite a fin de que los costos generados por el tránsito a la digitalización no ponga en riesgo su operatividad. Además, que de los excedentes económicos derivados del petróleo se destine una partida especial a la Secretaría de Comunicaciones y Transportes para crear un fondo de apoyo a las radiodifusoras con más carencias.



En el orden de acostumbrado: Juan Carlos Rizzo, de Guadalajara; Wilfrido Ibarra, de Culiacán; Lourdes Ruiz Lugo, de ANUIES; Leticia Zavala, de San Luis Potosí, y Joel Acuña, de Ciudad del Carmen,



Directores de las radios universitarias en compañía de los senadores

UNACAR, presente en el XXX Encuentro de la Red Nacional de Investigación Urbana

En la búsqueda de hacer énfasis en las agendas comparativas de investigación de la región latinoamericana, que permitan visualizar las diferencias en cuanto a los significados que pueden tomar los procesos territoriales, la Red Nacional de Investigación Urbana (RNIU) llevó a cabo su trigésimo encuentro los días 17, 18 y 19 de octubre del presente año en la ciudad de Metepec, Estado de México, bajo el subtítulo "Pensar la ciudad: miradas y desafíos a la realidad latinoamericana".

El evento nacional convocó por primera vez a especialistas y académicos de América Latina que enriquecieron el debate y compartieron sus experiencias sobre las diferentes temáticas en que se estructuró el encuentro. Así, 39 instituciones educativas, nacionales y latinoamericanas, participaron en este evento que tuvo como anfitrión a la Universidad Autónoma del Estado de México.

De este modo, en la Mesa 8 denominada "Inseguridad y violencia", se reflexionó sobre la inseguridad ciudadana, un tema antes considerado de técnica policíaca, y se avanzó en el análisis de un paradigma que considera la incidencia de delitos y la conducta antisocial en los espacios urbanos, como un tema que amerita señalar su etiología, diagnóstico y los aspectos técnicos que posibilitan abatir la inseguridad. Dentro de esta mesa tuvo participación la UNACAR a través de Moisés Frutos Cortés, con la ponencia titulada *Inseguridad pública y delincuencia en el sureste mexicano. Un acercamiento al estudio de la marginalidad y la violencia social*.

En este trabajo, el profesor del Cuerpo Académico Cultura, Identidad y Territorio de nuestra universidad, puso el acento en aquellos procesos que considera están afectando la cohesión social en una región que históricamente ha aprendido a convivir en sus diferencias, pero que muestra señales de debilitamiento en su tejido social. En cuanto a la violencia delictiva –continúa el estudio– se remarca el notorio contraste entre la creciente sensación de inseguridad de la población y la ausencia de estadísticas consolidadas que permitan dimensionar de manera más objetiva el fenómeno. Cabe mencionar que este trabajo del maestro Frutos Cortés se inscribe dentro de la investigación doctoral que realiza en el marco del Programa de Posgrado en Ciencias Políticas y Sociales de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), y que aborda el proceso de marginalidad y las prácticas sociales violentas en nuestra ciudad.

Noti Express Universitario

Un espacio con lo más relevante de la educación de México y el mundo.

- En el Presupuesto de Egresos de la Federación 2008, aprobado por la Cámara de Diputados, se asignaron casi 67 millones de pesos adicionales para impulsar proyectos federales, estatales, municipales y de organismos de la sociedad civil, relacionados con el fomento a la lectura. Estos recursos extras están relacionados con el apoyo a la modernización tecnológica y el equipamiento de bibliotecas públicas, programas editoriales, fomento y difusión del libro y la lectura.
- La Secretaría de Educación Pública destinará mil 55 millones de pesos para la creación de 15 nuevas instituciones de educación superior, que sumados a los fondos destinados para incrementar la matrícula en bachillerato y licenciatura, dispondrá de por lo menos 2 mil 600 millones de pesos para el fortalecimiento de la cobertura esos niveles educativos.
- La Universidad Autónoma de Chiapas (UNACH) se consolida como la máxima casa de estudios en Chiapas. Así lo informó el rector de la UNACH, Ángel René Estrada Arévalo, al rendir su primer informe de actividades de la gestión 2006-2010. En el acto mostró los avances de un año de actividad con cambios profundos en el quehacer académico, en el mejoramiento de la calidad educativa y en el saneamiento de las finanzas, hechos que la consolidan como la máxima casa de estudios en la entidad.
- El gobierno de Canadá, a través del Programa Canadiense de Intercambio de Estudiantes de Posgrado para América Latina, ofrece becas a instituciones educativas de Canadá que reciban a estudiantes de América Latina y El Caribe. El programa estará vigente hasta el 31 de marzo de 2008. Para mayores informes, pueden consultar la lista de becas disponibles en la dirección electrónica: www.scholarships.gc.ca/GSEP-en.thml



Atasta: de estancia de señores a bastión petrolero

Amigo lector:

En esta ocasión vamos a comentarte sobre la

nueva edición del programa de Fomento Editorial, *Atasta, de estancia de señores a bastión petrolero*, autoría de Luis Fernando Álvarez Aguilar, quien nació en Ciudad del Carmen, Campeche, en 1956. Es licenciado en arqueología por la Universidad Veracruzana; maestro y doctor en historia de México por la UNAM. Ha trabajado como investigador en diversas universidades del país. Es investigador en el Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH).

Este libro nos muestra tres tiempos diferentes en el largo episodio histórico cultural de la península de Atasta: el esplendor mesoamericano extendido por algunos estudiosos a 30 siglos, o a 50 centurias antes de la era vulgar, según otros, hasta la invasión hispano-vaticana; el corto periodo de cin-

co siglos a partir del contacto con Europa hasta el siglo XX; finalmente, las últimas décadas, desde los años ochenta a la fecha.

El autor señaló que recurrió a diversas fuentes para hacer un reconocimiento global de la historia del lugar: su paisaje, la civilización mesoamericana, el protagonismo xicalanca en la conquista española, la organización pirática, su integración al Presidio de Nuestra Señora del Carmen, la época del México independiente; y los tiempos actuales.

En *Atasta, de estancia de señores a bastión petrolero* identificará las etapas de retroceso y evolución que tuvo la península; la historia de su proceso cultural dentro de la modernidad del México independiente; su realidad compleja y contradictoria. Si desean adquirir esta obra, pueden hacerlo en la librería del Centro Cultural Universitario o en la Biblioteca Universitaria.

¡Cantiamo!

Ingrid Desireé Cornelio Vera

EL ORIGEN DE LOS VILLANCICOS

El arte es la forma más intensa de individualismo que el mundo ha conocido.
Oscar Wilde

En estas fechas en las que se respira un aire navideño, por doquier resurge, como cada año, un tipo de música que recibe el nombre de *villancico*. Sin embargo, pocas son las personas que conocen el origen de estas melodías que, año tras año, llegan a nuestros oídos en tan entrañables fechas.

El villancico es una de las manifestaciones más antiguas de la lírica popular castellana que, en sus orígenes, consistía en una breve canción estrófica con estribillo. Su melodía principal se hallaba en la voz superior y normalmente estaba destinado a ser ejecutado por un solista al que le acompañaban dos o tres instrumentos.

Esta denominación apareció en el siglo XV refiriéndose a una canción en lengua vulgar. Las primeras fuentes documentales en las que aparece la palabra *villancico* son el *Cancionero de Zúñiga* (ca. 1458) y el *Chansonnier d'Herberay* (ca. 1463), más posteriores son el *Cancionero de la Colombina* y el *Cancionero musical de Palacio*. Juan del Encina, a finales del siglo XV, fue el autor más representativo de este género. En sus composiciones utilizaba el tiempo binario y, para aquellas obras que tenían una temática popular, el ternario. El villancico en esta época ya consistía en una forma musical y poética que alternaba coplas con estribillo.

Hacia el siglo XVI las autoridades eclesásticas consideraron pertinente la introducción en la liturgia de composiciones en castellano como una forma de acercar al pueblo a los misterios de la fe católica.

Durante el siglo XVII la interpretación de villancicos se hace cada vez más frecuente, a pesar de las prohibiciones por parte de las instituciones conservadoras. Las prohibiciones se basaban en que el uso de los villancicos se había convertido en una práctica cada vez más usual de cancioncitas con forma de diálogo que recreaban la sorpresa de los pastores ante el misterio del nacimiento de Jesús.

El villancico del siglo XVII tiene una gran complejidad técnica y formal, aumentándose el número de voces incluso hasta ocho, distribuidas en dos coros dispuestos en diferentes lugares de la catedral y acompañados con instrumentos como el arpa, el violón y el órgano. El siglo XVIII está marcado por la gran influencia que ejerció Italia en cuanto a música se refiere. No sólo hacemos referencia a la ópera o a la zarzuela, sino también al villancico. Influencias italianizantes en el villancico fueron el estilo recitativo, las *arias da capo* y el estilo compositivo de la ópera seria italiana que provocaron un aumento en la plantilla de las orquestas de las capillas de música catedralicias.

Los villancicos habían desaparecido de la liturgia en el siglo XIX, siendo sustituidos por los tradicionales responsorios gregorianos. Así, todo el patrimonio de villancicos quedó -en el mejor de los casos- almacenado en los archivos catedralicios, gran parte del cual aún está por publicar.

Hoy en día al referirnos a la palabra *villancico* hacemos referencia a la canción de navidad que tiene sus orígenes en distintas culturas populares de cualquier nacionalidad. El villancico que estamos acostumbrados a oír en estas fechas tiene una estructura melódica y armónica sencilla, normalmente suele estar interpretado en las voces por coros de niños, suele tener melodías digeribles y poco elaboradas armónicamente.

Actualmente el uso del villancico está ligado al fomento del consumismo típico de estas fechas, prueba de ello es que la publicidad utiliza la música de los villancicos a finales del mes de noviembre, con lo cual se amplía el periodo navideño de forma considerable con el objeto de fomentar aún más el consumo en estas fechas.

Bibliografía:

Diccionario de la Música Española e Hispanoamericana: 10 vols., dirigido por Emilio Casares Rodicio (Madrid: SGAE, Madrid).

foro

Universitario

Tiempo de paz y amor es el mes de diciembre. Regalos, buenos deseos y nuevas metas. Por ello, jóvenes universitarios nos expresaron sus metas del año 2008 y buenos deseos para la familia universitaria.

Miguel Alberto Velueta Cornelio



La principal meta que debemos tener es ser mejores en todo lo que hagamos a diario. A mis compañeros universitarios, deseo que este tiempo les sirva para reflexionar sus actitudes y convivir con la familia.

Gladis Magallanes Carrillo



Compañeros universitarios: que esta navidad y año nuevo no estén llenos de materias reprobadas. Sobre todo, alcancen sus metas y llenen de orgullo a sus familias.

Fernando Jiménez Morales



Espero que toda la comunidad universitaria se la pase muy bien en compañía de sus seres queridos y que el próximo año cumplan todas sus metas. Y a mi universidad, que siga creciendo día con día.

Jessica Durán



Disfruten sus vacaciones. Tenemos mucho tiempo para relajarnos y luego echarle todos los kilos a la escuela. En esta navidad todos sus deseos sean cumplidos. Propónganse grandes metas.



Alumnos del primer semestre de lengua inglesa desean a la comunidad una feliz navidad y próspero año nuevo.

Conoce tu ciudad

En esta edición de **Conoce tu ciudad**, usted conocerá quién fue la primera soberana de los festejos programados en 1956 para celebrar el Centenario de la Titulación como Ciudad de nuestra comunidad.

Se trata de la señora Carmelita Zepeda Jiménez. Entrevistada al respecto, relató que en 1956 era gobernador del estado de Campeche el doctor Alberto Trueba Urbina; como alcalde del municipio de Carmen fungía el señor Everardo Vadillo Sanoguera. Ambos se dieron a la entusiasta tarea de organizar las actividades para conmemorar el Centenario de la Titulación como Ciudad, categoría que le fue conferida a la Isla del Carmen el 10 de julio de 1856 por el entonces presidente de la república, general Ignacio Comonfort, mediante decreto número 4726.

La entrevistada narra que las fiestas del centenario marcaron, ciertamente, una etapa muy importante para los laguneros. De hecho, sentó el antecedente de lo que después serían los Juegos Florales Nacionales de Ciudad del Carmen, pues en ese año, 1956, se pretendió implantar este certamen poético, pero debido a la poca participación que hubo, el comité organizador y el propio jurado decidieron declararlo desierto.

Haber sido soberana de esta festividad fue, para doña Carmelita, una experiencia irrepetible, sobre todo por lo especial del suceso, pues no muy seguido se tiene una oportunidad de presidir las actividades para conmemorar un siglo de proceso y desarrollo de una población como Ciudad del Carmen.

Ella relató que todo empezó de manera circunstancial al ser designada para representar la belleza y la cultura de la mujer lagunera en esta conmemoración. "Siendo reina del Club de Leones, fui invitada a la coronación de la soberana del carnaval de la ciudad de Campeche, evento en el que estuvo presente el gobernador Trueba Urbina, quien al término del festival se acercó a saludarme, halagándome por mi vestuario y por la forma en que me había desenvuelto. Posteriormente, en una convención de los Clubes de Leones en la ciudad de Mérida, donde estuvieron todas las reinas de la región, volvimos encontrarnos mis padres y yo con el gobernador Trueba Urbina, quien iba acompañado de varios miembros de su gabinete, destinando nuevamente halagos a mi persona. Supongo que estos encuentros debieron ser un factor determinante para mi designación como soberana de las fiestas del centenario, pues días después llegó mi tío, don Miguel Zepeda García, como portavoz del gobernador, con la noticia de que él y su gabinete habían acordado que yo presidiera esta festividad; posteriormente recibí un telegrama del doctor Trueba Urbina confirmándome la designación".

Y así fue. Resultó tan trascendental esta nominación en la sociedad lagunera, que las felicitaciones no se hicieron esperar para Carmelita Zepeda Jiménez. De la velada de coronación que tuvo lugar la noche del 10 de julio de 1956, doña Carmelita conserva la imagen como si hubiera sido apenas ayer.

El acto se llevó a cabo en el Teatro Carmelita, ese inolvidable e imponente edificio que también fue escenario para la instalación oficial de los tres poderes, toda vez que ese día Ciudad del Carmen fue declarada, simbólicamente, como capital del Estado de Campeche. El teatro, por cierto, fue magníficamente decorado por un ejército de tramoyistas, electricistas y especialistas en la materia, traídos de la ciudad de México.

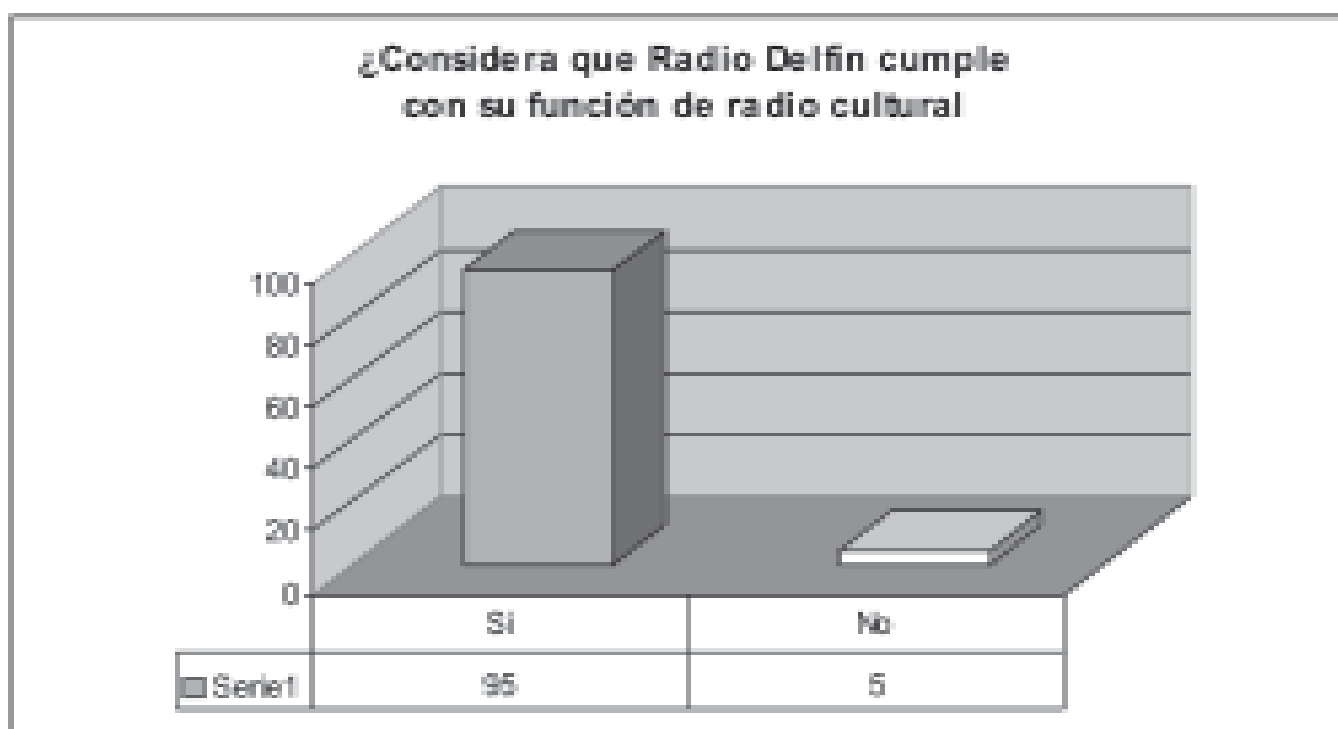
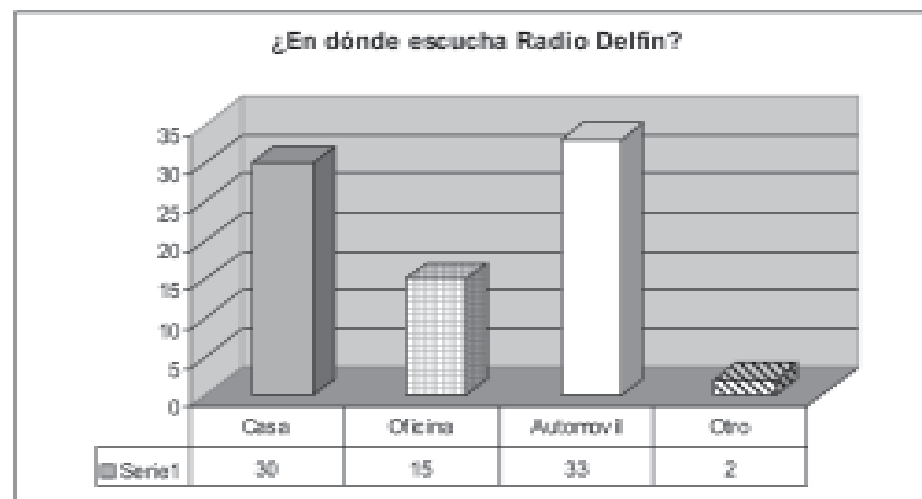
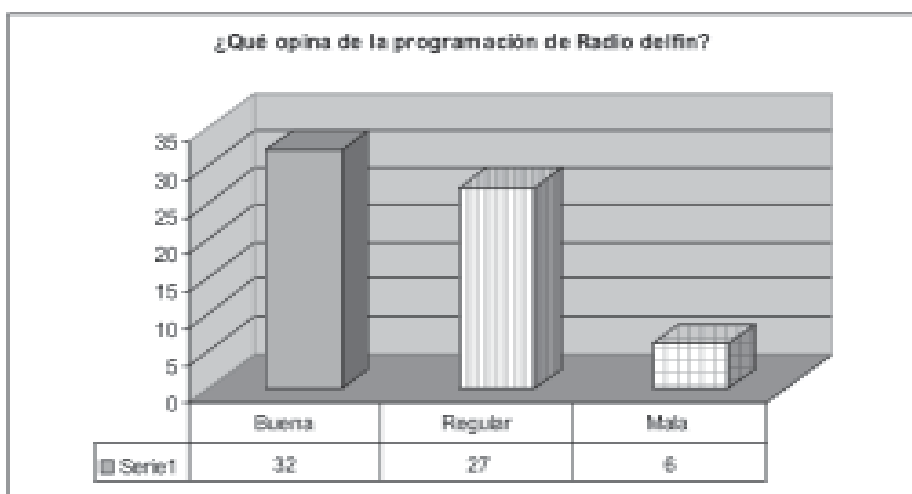
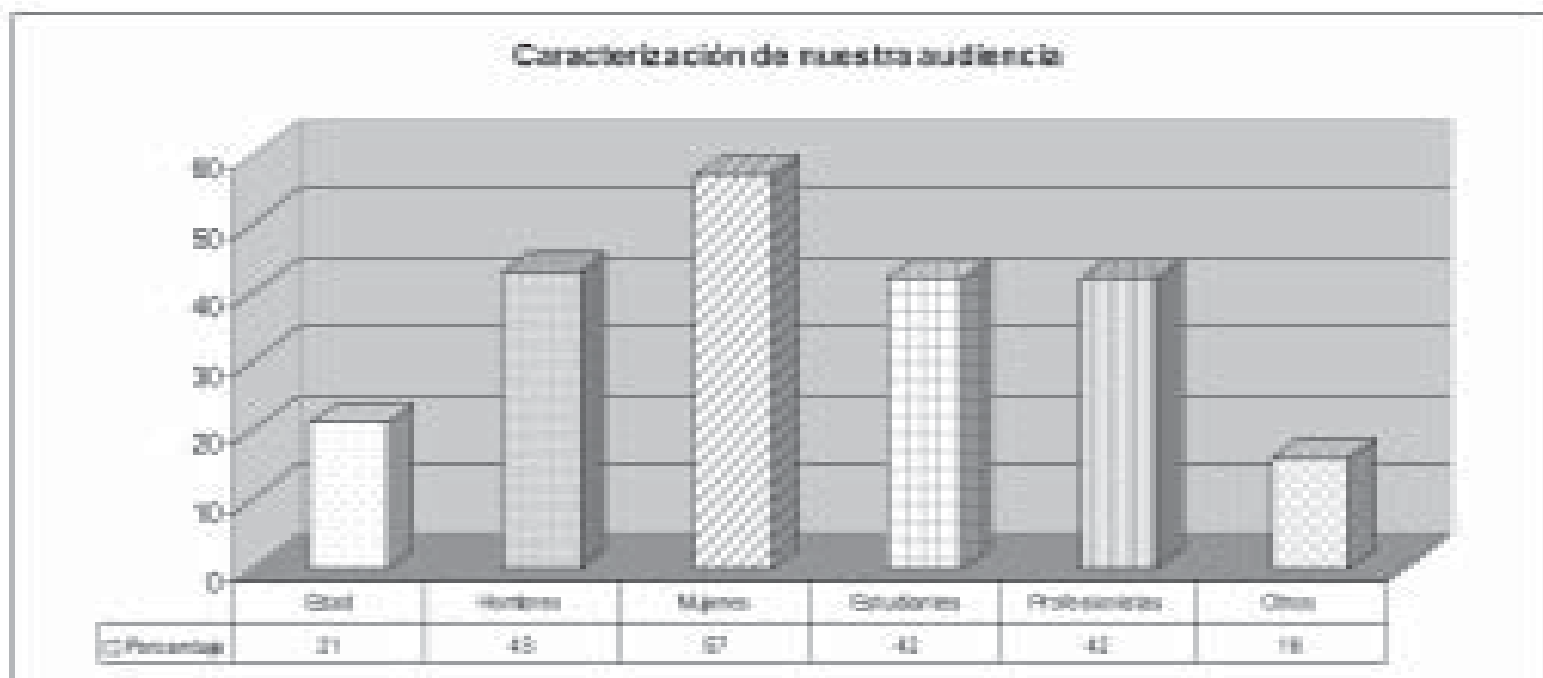
El gobernador Trueba Urbina fue quien entregó el cetro y ciñó la corona a la soberana, en una noche inolvidable, de gratos recuerdos. Algo muy significativo y original fue que, al término de la ceremonia, el gobernador fungió como chambelán, acompañándola hasta la puerta del teatro. Esta fue una actitud que no se ha repetido en similares circunstancias, comentó la soberana del Centenario de la Titulación de la Ciudad.

Fuente: Cantarell Alejandro Daniel Dr. *Una ciudad entre luces*, Edit. Ayuntamiento del Carmen 2006



Sigue de cerca la huella de los
Delfines de la UNACAR
en el fútbol de la tercera división

<http://www.unacar.mx/futbol/intro.html>



Fomento Editorial revela el grado de satisfacción en la realización de las encuestas realizadas de sus usuarios

Cada una de las áreas que conforma Fomento Editorial presenta resultados de la aplicación de encuestas durante el 2007, con el objetivo de conocer la opinión sobre sus funciones y tomar medidas que se consideraran necesarias.

Por este hecho, el Departamento de Fomento Editorial se dio a la tarea de aplicar su evaluación, con el afán de saber a quiénes y hasta dónde llega su trabajo realizado en las ediciones de la revista *Acalán* y del periódico *Gaceta Universitaria*.

En este número publicamos los resultados obtenidos de la indagatoria aplicada a estudiantes de preparatoria, de licenciatura, docentes, administrativos de la UNACAR y la comunidad carmelita.

Fomento Editorial enlistó los siguientes reactivos:

1. ¿Qué publicaciones periódicas conoces de la UNACAR? a) *Revista Acalán*, b) Periódico *Gaceta Universitaria*, c) Ambas, d) Ninguna; 2. ¿Cuál de las dos publicaciones prefieres leer? a) *Revista Acalán*, b) Periódico *Gaceta universitaria*, c) Ambas, d) Ninguna; 3. ¿Qué tipo de artículos seleccionas para leer en la *Revista Acalán*? a) de Arte, b) de Ciencia, c) de Investigación, d) Literarios, e) Todos; 4. ¿Qué elegirías que cambiáramos de la *Revista Acalán* para que te agrade visualmente? a) Su diseño interior (tipografía, tipo de papel, distribución de imágenes y texto), b) Su diseño exterior (portada y contraportada), c) Sus dibujos interiores, d) Nada; 5. ¿Qué tipo de información te interesa leer en el periódico *Gaceta Universitaria*? a) Cultural, b) Deportiva, c) Académica, d) Todas; 6. ¿Qué te interesa que cambiáramos del periódico *Gaceta universitaria*, para que te agrade más visualmente? a) Portada y contraportada en color, b) Tamaño y formato, c) Contenido, d) Fotografías, E) Nada; 7. ¿Cuál de los espacios del periódico *Gaceta universitaria* te satisface leer? a) Su diseño, b) Su redacción, c) Su información, d) Sus fotografías, e) Nada; 8. ¿Qué sección o espacio te complace que se incluyera en el periódico *Gaceta Universitaria*?

Encuestas aplicadas a los alumnos del Nivel Medio Superior (Campus II).

Estudiantes: 50

Edad: entre 15 y 20 años

Sexo: 18 hombres, 32 mujeres

	A	B	C	D	E
Pregunta 1	3	23	20	4	
Pregunta 2	8	32	7	3	
Pregunta 3	14	12	12	4	8
Pregunta 4	10	15	10	15	
Pregunta 5	15	10	12	13	
Pregunta 6	20	8	15	5	2
Pregunta 7	15	12	6	8	9

Respecto a la pregunta ocho, el comentario más frecuente fue: espectáculos, juegos, sociales, más publicidad.

Encuestas aplicadas a los alumnos del Nivel Superior (facultades).

Estudiantes: 50

Edad: entre 15 y 35 años.

Sexo: 35 hombres, 15 mujeres

	A	B	C	D	E
Pregunta 1	4	17	26	3	
Pregunta 2	11	21	5	13	
Pregunta 3	10	14	14	6	14
Pregunta 4	12	18	7	15	
Pregunta 5	13	15	8	17	
Pregunta 6	15	5	3	15	12
Pregunta 7	19	4	8	6	16

El comentario más frecuente de la pregunta ocho, fue que les gustaría la portada y contraportada de *Gaceta Universitaria* a colores, más deportes. Hacer divulgación de las dos publicaciones *Gaceta* y *Acalán*, medio ambiente y ecología, mencionar horario de asesorías para los alumnos en las diferentes facultades, clasificados: alternativas de trabajo en las áreas educativas, cine, bolsa de trabajo, pasatiempos (crucigramas, sopa de letras), expresión artística.

Encuestas aplicadas al personal docente

Profesionistas: 50

Edad: entre 15 y 35 años.

Sexo: 31 hombres, 19 mujeres

	A	B	C	D	E
Pregunta 1	3	7	30	10	
Pregunta 2	10	11	26	3	
Pregunta 3	9	6	10	10	21
Pregunta 4	9	6	8	27	
Pregunta 5	12	4	13	21	
Pregunta 6	28	20			
Pregunta 7	9	5	6	4	24

Encuestas aplicadas al personal administrativo

Estudiantes: 10

Profesionistas: 40

Edad: entre 15 y 35 años en adelante

Sexo: 19 hombres, 31 mujeres

	A	B	C	D	E
Pregunta 1	2	4	45		
Pregunta 2	9	14	26	1	
Pregunta 3	7	5	7	6	25
Pregunta 4	11	7	9	21	
Pregunta 5	9	1	9	31	
Pregunta 6	40	10			
Pregunta 7	18	4	2	3	23

Encuestas aplicadas a la comunidad carmelita

Edad: entre 15 y 35 años en adelante

Sexo: 27 hombres; 23 mujeres

	A	B	C	D	E
Pregunta 1	4	27	17	2	
Pregunta 2	6	20	17	3	
Pregunta 3	12	8	8	4	18
Pregunta 4	5	6	5	22	
Pregunta 5	8	3	12	27	
Pregunta 6	20	12	10	8	
Pregunta 7	10	3	3	5	30

Con estos resultados, el Departamento de Fomento Editorial ha reestructurado la distribución de las publicaciones; se tiene planeado la colocación de exhibidores en las cafeterías del Campus Principal y Preparatoria Campus II, con la finalidad que los alumnos puedan adquirirlos fácilmente.

De igual forma, en cada reunión del Comité Editorial se continúa con las revisiones del contenido (información, fotografías, imágenes) de la *Gaceta* y la revista *Acalán*, con el propósito de atender a las sugerencias de nuestros lectores para mejorar las publicaciones.