



eu

Contenidos innovadores en la universidad actual

Paula Requeijo Rey
Carmen Gaona Pisonero

Ediciones Universitarias McGraw-Hill

**Mc
Graw
Hill**
Education

CONTENIDOS INNOVADORES EN LA UNIVERSIDAD ACTUAL

No está permitida la reproducción total o parcial de este libro, ni su tratamiento informático, ni la transmisión de ninguna forma o por cualquier medio, ya sea electrónico, mecánico, por fotocopia, por registro u otros métodos, sin el permiso previo y por escrito de los titulares del Copyright. Diríjase a CEDRO (Centro Español de Derechos Reprográficos, www.cedro.org) si necesita fotocopiar o escanear algún fragmento de esta obra.



El Fórum Internacional de Comunicación y Relaciones Públicas (Fórum XXI), la Sociedad Española de la Comunicación Iberoamericana (SEECI), el Grupo Complutense de Investigación en Comunicación "Concilium" y el Departamento CAP 2 de la UCM auspician la presente colección "Innovación y Vanguardia Universitarias"

Derechos reservados © 2014, respecto a la primera edición en español, por:

McGraw-Hill/Interamericana de España, S.L.
Edificio Valrealty, 1.ª planta
Basauri, 17
28023 Aravaca (Madrid)

ISBN: 978-84-481-9744-5
Código: 9780008500290
Depósito legal: M-33575-2014

Editora: Cristina Sánchez Sáinz-Trápaga
Director General España y Portugal: Álvaro García Tejeda
Director Gerente Universidad y Profesional: Norberto Rosas Gómez
Equipo de preimpresión: Lantia Publishing, S.L.
Diseño de cubierta: equipo de diseño de McGraw-Hill Education
Composición: Lantia Publishing, S.L.
Impresión: Lantia Publishing, S.L.

IMPRESO EN ESPAÑA - PRINTED IN SPAIN

CONTENIDOS INNOVADORES EN LA UNIVERSIDAD ACTUAL

coordinadoras
Paula Requeijo Rey
Carmen Gaona Pisonero

Colección
'Innovación y vanguardia universitarias'

**Mc
Graw
Hill
Education**

MADRID ~ BOGOTÁ ~ BUENOS ~ AIRES ~ CARACAS ~ GUATEMALA ~ LISBOA ~
MÉXICO ~ NUEVA YORK ~ PANAMÁ ~ SAN JUAN ~ SANTIAGO ~ SAO PAULO ~
AUCKLAND ~ HAMBURGO ~ LONDRES ~ MILÁN ~ MONTREAL ~ NUEVA DELHI ~
PARÍS ~ SAN FRANCISCO ~ SIDNEY ~ SINGAPUR ~ ST. LOUIS ~ TOKIO ~ TORONTO

El presente libro, *Contenidos innovadores en la Universidad actual*, tiene como objetivo aunar investigaciones originales en el ámbito universitario español y mundial, específicamente en los campos de: Docencia, Investigación e Innovación, con foco especial en las áreas de Comunicación, Sociología, Tecnologías Audiovisuales y de la Comunicación.

Los siguientes capítulos presentan los resultados de los nuevos contenidos de vanguardia a fin de que sean expuestos, mediante su difusión, ante la Comunidad científica especializada, a partir del escaparate que ofrece la colección donde se incardina el presente título '*Innovación y vanguardia universitarias*' dentro de las 'Ediciones Universitarias McGraw Hill'.

Asimismo, suponen un trabajo científico escrupuloso por realizarse en ellos un análisis actualizado, crítico y valorativo, a partir del estudio de las fuentes especializadas de información del área disciplinar en la que se desarrolla el estudio presente, tanto en formas como en contenidos.

Para cumplir los criterios de calidad con el necesario rigor, se ha constatado que los capítulos presentados no han sido publicados previamente, y que son, por tanto, originales, fruto de investigación y/o reflexión personal (para los de tipo ensayístico).

También se constata que su publicación ha contado con el consentimiento de todos sus autores y el de las autoridades responsables (tácita o explícitamente) de los proyectos e investigaciones en que algunos capítulos están basados.

A fin de mantener un nivel de exigencia muy elevado en cuanto a la calidad de los contenidos, siempre desde el enfoque del rigor y excelencia científicos, se verifica que el proceso de revisión de manuscritos se ha realizado bajo el principio de la revisión arbitral por pares categoriales, mediante dos informes ciegos (y un tercero decisorio de existir discrepancias entre ambos), por revisores externos a la editorial McGraw Hill y pertenecientes a la Comunidad Universitaria Internacional, en especial la Hispana.

Por ello, los enjuiciadores universitarios designados, en su labor arbitral, han valorado los siguientes aspectos:

- a) Originalidad del manuscrito;
- b) Metodología empleada;
- c) Calidad de los resultados y conclusiones, así como coherencia con los objetivos planteados; y
- d) Calidad de las referencias bibliográficas consultadas.

Todo este esfuerzo por conseguir la excelencia en la divulgación en los planos formal y de contenidos se ve reflejado en las siguientes páginas, las cuales aúnan la innovación en la docencia, las nuevas líneas de investigación universitarias y los trabajos de vanguardia llamados a ser referentes en la Academia los próximos años.

Creemos que este gran esfuerzo, que ya se ha visto compensado por la satisfacción del trabajo bien hecho, se volverá a ver justificado por la cálida acogida que los lectores harán, a buen seguro, de él.

David Caldevilla Domínguez
Grupo Complutense de investigación en comunicación Concilium (nº 931.791)
Universidad Complutense de Madrid (España)
Coordinador de la Colección 'Innovación y vanguardia universitarias'

Introducción	23
<i>Paula Requeijo Rey (Universidad Camilo José Cela -España-)</i>	
<i>Carmen Gaona Pisonero (Universidad Rey Juan Carlos -España-)</i>	
1 La creación de contenidos transmediáticos como experiencia de innovación docente en el ámbito universitario	25
<i>Sergio Albaladejo Ortega (U. Católica de Murcia -España-)</i>	
<i>Josefina Sánchez Martínez (U. Católica de Murcia -España-)</i>	
<i>Ángel Pablo Cano Gómez (U. Católica de Murcia -España-)</i>	
1. Introducción	25
2. La innovación docente en el ámbito universitario	26
3. Los contenidos transmediáticos	27
4. Innovando a través de la narrativa transmedia	29
4.1 <i>Las directrices del proyecto transmedia</i>	30
4.2 <i>Los principios transmedia del proyecto de innovación docente: el Decálogo+1</i>	31
4.3 <i>Los resultados de la experiencia transmedia</i>	33
5. Conclusiones	34
2 Los consumidores de información, su uso de las TIC e influencia en los contenidos: análisis de situación y perspectivas	37
<i>Estrella Alonso del Barrio (Universidad de Valladolid -España-)</i>	
1. La importancia del retorno en el proceso de comunicación	37
2. El acceso a las TIC: una evolución vertiginosa	40
3. Informar, formar, entretener y persuadir: para qué usan los ciudadanos las TIC	45
4. El ciudadano informado: medios y formatos	46
3 La desigualdad de género en los dibujos animados	51
<i>Concepción Alonso Valdivieso (Universidad de Granada -España-)</i>	
1. Introducción	51
2. Metodología	53
2.1 <i>Objeto del estudio</i>	53
2.2 <i>Recopilación de material</i>	53
2.3 <i>Aspectos a analizar</i>	53
3. Análisis y resultados	54
3.1 <i>Dirección</i>	54
3.2 <i>Mensajes</i>	55
3.3 <i>Personajes</i>	56
3.3.1 <i>Género</i>	56
3.3.2 <i>Género por cadenas</i>	57
4. Conclusiones	57

4	Contenidos digitales para la promoción y difusión turística en Iberoamérica.	61
	<i>Verónica Altamirano (U. Técnica Particular de Loja -Ecuador-)</i>	
	<i>Miguel Túniz López (U. Santiago de Compostela -España-)</i>	
1.	Introducción	61
2.	Metodología	62
3.	Comunicación Turística en Iberoamérica	63
3.1	Países europeos	63
3.2	El Caribe	63
3.3	América Central	64
3.4	América del Sur	66
4.	Análisis de resultados	68
4.1	Contenidos y recursos digitales	68
4.2	Información para el turista	70
4.3	Narrativa digital	72
5.	Conclusiones	72
5	Los videojuegos y la comunicación audiovisual	75
	<i>Lluís Anyó (Universitat Ramon Llull -España-)</i>	
1.	Definiendo videojuego	75
2.	Categorías del relato y análisis del juego.	76
3.	Los videojuegos como narraciones	78
4.	Los videojuegos como representaciones.	80
5.	Los videojuegos como narrativas emergentes.	81
6.	Conclusión: videojuegos y audiovisual.	82
6	Análisis cuantitativo de la accidentalidad laboral en la prensa escrita (1994-2013)	85
	<i>Sergio Arce Garcia (U. Internacional de La Rioja -España-)</i>	
1.	Justificación y relevancia.	85
2.	La salud en el trabajo	85
3.	La siniestralidad laboral en el periodo 1994-2013	86
3.1	Antecedentes.	86
3.2	Ley de Prevención de Riesgos Laborales 31/1995.	86
3.3	Evolución de la siniestralidad	87
3.4	Los costes de la siniestralidad laboral.	89
4.	La representación de la siniestralidad laboral en la prensa escrita	90
4.1	Corpus de la investigación	90
4.2	Metodología empleada	91
5.	Exposición de resultados.	91
5.1	Artículos por sección	92
7	Trabalho de Campo: buscando sua importância na ação docente	97
	<i>Paulo Augusto Berezuk (Universidade Estadual de Maringá -Brasil-)</i>	
	<i>Ana Lúcia Olivo Rosas Moreira (Universidade Estadual de Maringá -Brasil-)</i>	
1.	Introdução.	97
2.	Metodologia	99
3.	Resultados e discussão.	99
4.	Conclusão	105
8	La investigación doctoral en Ciencias de la Comunicación en el Espacio Europeo de Educación Superior	107
	<i>Francisco Cabezuolo-Lorenzo (U. de Valladolid -España-)</i>	
1.	Introducción.	107
2.	Los nuevos estudios de Doctorado	108
3.	Una breve revisión histórica hasta hoy	109
4.	Más peso de la investigación	110
5.	Las nuevas escuelas de Doctorado.	111
6.	Los nuevos programas de Doctorado	112
7.	El control de la calidad de los programas de Doctorado	114
8.	El trabajo del doctorando	115
9	A reportagem parallaxe como marca de diferenciação da Web	119
	<i>João Canavilhas (Universidade da Beira Interior -Portugal-)</i>	
1.	Convergência de conteúdos	119
2.	Remediação, mediamorfose ou diferenciação?	120
3.	A reportagem como género jornalístico	122
3.1	A reportagem Parallaxe	123
4.	Metodologia e Resultados	124
4.1	Multimedialidade.	124
4.2	Interatividade	125
4.3	Outros elementos	125
5.	Conclusões	126
10	El protocolo moderno: evolución del concepto a lo largo de la historia, adaptación a las exigencias del nuevo siglo y su utilización como una herramienta de comunicación estratégica clave en el esquema empresarial	131
	<i>Lucía Capilla del Fresno (Universidad de Málaga -España-)</i>	
	<i>Javier Bustos Díaz (Universidad de Málaga -España-)</i>	
1.	Breve recorrido histórico del protocolo.	131
2.	Concepto y definiciones según los autores.	132
3.	El protocolo como materia científica. Perspectivas teóricas	133
4.	Comunicología y protocolo	135
5.	El protocolo en las empresas	136
11	Producción científica sobre publicidad on line en España (1995-2013)	141
	<i>Noa María Carballa Rivas (U. Pontificia de Salamanca -España-)</i>	
	<i>José David Urchaga Litago (U. Pontificia de Salamanca -España-)</i>	
1.	Publicidad on line.	141
2.	Bibliometría	142
3.	Metodología e hipótesis.	142
4.	Resultados y discusión.	143
4.1	Artículos científicos	143
4.2	Tesis doctorales	145
4.3	Comparación entre artículos y tesis doctorales	147
5.	Conclusiones	148

12 El efecto del uso de las TIC en el aprendizaje de español como LE .	151
<i>Henrietta Carolsson Godolakis (Universidad de Lund -Suecia-)</i>	
1. Introducción.....	151
1.1 <i>Trasfondo educativo y teórico</i>	151
1.1.1 Las TIC en la enseñanza de las LE.....	152
1.1.2 La investigación del campo	153
1.2 <i>El objetivo del estudio y la hipótesis</i>	154
2. Método de investigación y el estudio realizado	154
2.1 <i>Los participantes</i>	155
2.2 <i>La realización de las clases</i>	155
2.3 <i>El corpus</i>	156
3. Los resultados empíricos.....	156
3.1 <i>Los resultados cualitativos</i>	156
3.2 <i>Los resultados cuantitativos</i>	157
3.2.1 Nivel de grupo.....	157
3.2.2 Nivel de individuo.....	157
3.2.3 Nivel de competencia lingüística	158
4. Discusión y conclusión.....	158
13 La tasa de abandono de los estudios universitarios y su relación con la edad de los docentes en Europa.....	163
<i>Rafael Carrasco Polaino (U. Complutense de Madrid - España-)</i>	
1. La edad del profesorado universitario en España	163
2. La edad del profesorado universitario en Europa	165
3. Abandono de estudios en edad universitaria.....	169
4. La edad del profesorado universitario en relación con la tasa de abandono de los estudiantes.....	170
5. Conclusiones	171
14 Los dispositivos ponibles como disruptores en el ecosistema de contenidos móviles.....	173
<i>Andreu Castellet Homet (Universidad de Murcia- España)</i>	
1. Introducción.....	173
2. Elementos del ecosistema del contenido móvil: contexto, actores y contenidos.....	176
3. La irrupción del dispositivo ponible: un espacio heterogéneo y diferenciado.....	177
4. Impacto sobre los integrantes del ecosistema.....	179
4.1 <i>Productores de contenidos</i>	179
4.2 <i>Agregadores de contenidos</i>	180
4.3 <i>Operadores de redes móviles</i>	180
4.4 <i>Proveedores de terminales</i>	181
4.5 <i>Proveedores de sistemas operativos (SO)</i>	181
5. Conclusiones y discusión.....	182

15 Un modelo cognitivo para la enseñanza del subjuntivo en ELE	187
<i>Marcelo Cea (Universidad de Lund -Suecia-)</i>	
1. Objetivo, preguntas de investigación e hipótesis	187
2. La lingüística cognitiva.....	188
2.1 <i>Declaración/no-declaración</i>	189
3. Nuestra propuesta para la didáctica del subjuntivo: Activar/no-activar un mensaje	190
4. Un modelo cognitivo para la enseñanza del subjuntivo.....	192
5. El estudio de campo	195
5.1 <i>Modo de trabajo del grupo experimental (GrE)</i>	195
5.2 <i>Modo de trabajo del grupo de control (GrC)</i>	195
5.3 <i>Pruebas</i>	196
6. Resultados de estudio de campo	196
7. Discusión sobre los resultados	199
8. Conclusiones	200
16 Acompañamiento 100% presencial para una modalidad 100% virtual	203
<i>Rodolfo Chiple Ávila (Universidad de Chile -Chile-)</i>	
<i>Armin Ramos Torres (Universidad de Chile -Chile-)</i>	
1. Introducción.....	203
2. Sobre las experiencias de aprendizaje virtual y la tecnología educativa.....	205
3. El Caso FEN: Modelo de implementación de cursos en línea y rol de los actores.....	206
3.1 <i>Acompañamiento en el diseño instruccional</i>	207
3.2 <i>Acompañamiento en la implementación</i>	209
3.3 <i>Acompañamiento en la Evaluación</i>	210
3.4 <i>Acompañamiento en la reflexión</i>	212
4. Descripción del Estudio y la Metodología.....	212
5. Resultados de la experiencia	213
5.1 <i>Resultados Generales:</i>	213
5.2 <i>Percepción de los estudiantes</i>	214
5.3 <i>Rendimiento</i>	215
6. Conclusión	216
17 Tipos de distractores presentes en estudiantes universitarios	219
<i>Gilberto Manuel Córdova Cárdenas (Instituto Tecnológico de Sonora -México-)</i>	
<i>Ramón René Palacio Cinco (Instituto Tecnológico de Sonora -México-)</i>	
<i>Joaquín Cortez González (Instituto Tecnológico de Sonora -México-)</i>	
<i>Christian Oswaldo Acosta Quiroz (Instituto Tecnológico de Sonora -México-)</i>	
1. Introducción.....	219
2. Método	222
3. Resultados.....	223
4. Conclusiones	227

18	Television Studies. Tradición académica y retos futuros	229
	Alberto Dafonte-Gómez (Universidad de Vigo -España-)	
1.	Una aproximación al desarrollo de la investigación sobre televisión.....	229
1.1	Los orígenes de los Television Studies: la investigación sobre comunicación de masas	230
1.2	El papel de los Film Studies en la consolidación de los Television Studies	233
2.	Un nuevo foco de atención para los Television Studies	235
2.1	La tecnología del consumo asíncrono.....	236
2.2	La tecnología del consumo sincronizado.....	238
3.	Conclusiones	240
19	Universidad, comunicación y derechos humanos. La importancia de la transversalización de la Educación en DDHH	243
	Ruth de Frutos García (Universidad de Málaga -España-)	
1.	Introducción.....	243
2.	Educación en derechos humanos, formación superior y transversalización	244
3.	Nuevos espacios de la educación en derechos humanos: los proyectos de innovación educativa en la Universidad de Málaga	247
4.	Propuesta de ciclo de cine y derechos humanos.....	250
5.	Conclusión: reconceptualización del rol de los derechos humanos en la educación superior.....	252
20	Masculinidades que dejan huella en <i>The Sugarland Express</i> (Spielberg, 1974).	255
	José Díaz-Cuesta (CILAP de la U. de La Rioja -España-)	
1.	Introducción.....	255
2.	Sobre el método	255
3.	Análisis textual	256
3.1	El entorno del cuerpo	256
3.2	El entorno de la acción.....	261
3.3	El entorno del mundo externo.....	263
3.4	El entorno del mundo interno	266
4.	Conclusiones	267
21	Prensa y Política. ¿De espaldas a los ciudadanos?	269
	Eduardo Diego Pinedo (Universidad Autónoma de Barcelona -España-)	
1.	La baja reputación de los políticos.....	269
1.1	Crisis de confianza política en España	271
1.2	Sí a la política. No a los políticos.....	273
1.3	Campañas electorales.....	273
1.4	Movilización política.....	274
2.	El 20N de 2011. Estudio descriptivo y explicativo.....	275
2.1	Gran volumen de información.....	275
2.2	Problemas de los ciudadanos.....	276

2.3	Estadística descriptiva.....	277
2.4	Estadística inferencial	279
3.	Discusión.....	281
4.	Conclusiones	285
22	La investigación sobre la didáctica del español L3 en Suecia. Una experiencia innovadora.	287
	Inger Enkvist (Universidad de Lund -Suecia-)	
	Nuria Aris Redó (Universidad Internacional de La Rioja -España-)	
1.	La enseñanza del español L3 en Suecia. Estado de la cuestión	287
1.1	Antecedentes.....	287
1.2	El marco social y cultural.....	288
1.3	Marco Administrativo y legal.....	289
2.	Una escuela de investigación en Suecia centrada en la didáctica de la lengua española.....	291
2.1	Solicitud.....	291
2.2	Administración y selección	292
23	Elaboración de una prueba piloto para la evaluación de la competencia lectora de estudiantes universitarios	297
	Andrea Felipe Morales (Universidad de Málaga -España-)	
1.	Introducción.....	297
1.1	La competencia lectora en PISA	298
1.2	Evaluación de la comprensión lectora	302
2.	Método	303
2.1	Participantes.....	303
2.2	Instrumento.....	303
2.3	Procedimiento de análisis de los datos	306
3.	Resultados.....	306
3.1	Consistencia interna	306
3.2	Análisis de ítems.....	306
3.3	Validez	308
3.4	Baremación	309
3.5	Percepción de la dificultad de la prueba	309
4.	Conclusiones	310
24	Ficción y religión: La figura de Rama en el serial televisivo <i>RAMAYANA</i> (1906-1988)	313
	César Fidalgo Díez (Universidad Burgos -España-)	
1.	Prólogo.....	313
2.	La televisión india	315
2.1	Desarrollo del medio televisivo en India	315
2.2	Ramayana, una inesperada catarsis colectiva	316
3.	El arte de calendario	317
4.	Rama, una divinidad que se hace carne.....	321

25 Transmedia television in the new media era	325
<i>Esteban Galán (Universitat Jaume I de Castelló -España-)</i>	
<i>Robert Arnau-Roselló (Universitat Jaume I de Castelló -España-)</i>	
<i>Javier Marzal-Felici (Universitat Jaume I de Castelló -España-)</i>	
1. Introduction and methodology	326
2. Interpersonal communication	326
3. History of media evolution	327
4. How to tell good stories in the current scenario?	330
26 Refuerzo de las competencias comunicativas del alumnado en Ciencias de la Comunicación, desde la reflexión sobre el lenguaje simbólico ..	335
<i>Mª del Carmen Gaona Pisonero (U. Rey Juan Carlos -España-)</i>	
<i>Juan Francisco Torregrosa Carmona (U. Rey Juan Carlos -España-)</i>	
1. Introducción	335
2. Primera mejora curricular: "Hablo luego existo"	336
2.1 <i>Signo, giro lingüístico y la construcción identitaria</i>	338
2.2 <i>La expresión corpórea, como primer hablante del giro lingüístico</i>	340
3. Segunda mejora curricular: breves rescates epistemológicos	342
27 Una experiencia integral de enseñanza-aprendizaje de la comunicación del vino en la universidad de Cádiz	349
<i>Juan Gómez Benítez (Universidad de Cádiz -España-)</i>	
<i>Lucía Benítez Eyzaguirre (Universidad de Cádiz -España-)</i>	
<i>Pedro Pablo Marín Dueñas (Universidad de Cádiz -España-)</i>	
<i>Carmen Silva Robles (Universidad de Cádiz -España-)</i>	
<i>Cristina Lasanta Melero (Universidad de Cádiz -España-)</i>	
1. Introducción	350
2. Marco teórico	351
3. Estructura de la experiencia	353
4. Desarrollo del proyecto	353
4.1 <i>Introducción a la comunicación</i>	353
4.1.1 <i>Branding: Creación de la imagen de marca en el sector vitivinícola</i>	354
4.1.2 <i>Creación de identidad corporativa</i>	355
4.1.3 <i>Comunicación audiovisual como canal para la difusión del vino</i>	356
4.1.4 <i>Desarrollo de un proyecto de empresa vitivinícola y de comunicación de un vino</i>	357
4.1.5 <i>Debilidades y fortalezas detectadas</i>	358
4.2 <i>Los frutos de la comunicación</i>	358
4.2.1 <i>La elaboración de vino</i>	359
4.2.2 <i>Elaboración del vídeo promocional</i>	359
5. Consideraciones finales	360

28 La ciberradio como modalidad interactiva de comunicación multimedia, en su dimensión expresiva hipertextual e hipermedial	363
<i>Mª Julia González Conde (Universidad Complutense de Madrid -España-)</i>	
1. De la radio a la ciberradio	364
2. La variedad temática exige una multiplicidad de contenidos y formas de consumo	366
2.1 <i>La interactividad en la ciberradio</i>	367
29 Diferentes métodos didácticos activos en la Universidad	371
<i>Juan José González Ortiz (U. Católica San Antonio de Murcia -España-)</i>	
<i>Maria Tornel Abellán (U. Católica San Antonio de Murcia -España-)</i>	
<i>David Jiménez Hernández (U. Católica San Antonio de Murcia -España-)</i>	
1. Introducción	371
2. BEES y renovación pedagógica	372
3. Métodos didácticos activos	373
3.1 <i>Aprendizaje cooperativo</i>	373
3.2 <i>Trabajo por proyectos</i>	374
3.3 <i>Aprendizaje Basado en problemas (ABP)</i>	375
3.4 <i>Resolución del problemas y ejercicios</i>	376
3.5 <i>Contrato de aprendizaje o didáctico</i>	376
3.6 <i>Método de casos</i>	377
30 La investigación sobre marketing en el dominio de la información y la comunicación. Un análisis de publicaciones (1974-2013)	383
<i>Carlos Luis González-Vallente (Grupo Empresarial de la Industria Sidero Mecánica -Cuba-)</i>	
<i>Manuel Paulino Linares Herrera (Academia de Ciencias de Cuba -Cuba-)</i>	
1. Introducción	383
2. Metodología	384
3. Resultados	385
3.1 <i>Productividad de artículos por año</i>	385
3.2 <i>Autores más productivos</i>	386
3.3 <i>Productividad por revista</i>	387
3.4 <i>Análisis de co-ocurrencia de términos</i>	388
4. Discusión y consideraciones finales	390
31 O ensino do jornalismo no mercado digital	393
<i>Anabela Gradim (Universidade da Beira Interior -Portugal-)</i>	
1. O jornalismo na Academia	393
2. O ensino do Jornalismo em Portugal	394
3. O campo dos estudos de Jornalismo	396
4. Impacto tecnológico e modelos de negócio	397
5. Identidade e crise(s) do jornalismo	398
6. Ensinando jornalismo hoje	399

32 La edad como factor modulador de la satisfacción laboral en la profesión docente	403
<i>Luisa Güell Malet (Universidad Internacional de Cataluña -España-)</i>	
1. Introducción	403
2. Marco Teórico	404
3. Metodología	406
3.1 <i>Diseño metodológico</i>	406
3.2 <i>La muestra: selección y distribución</i>	406
3.3 <i>Recogida de datos</i>	407
3.4 <i>Análisis estadístico exploratorio</i>	407
4. Resultados	411
5. Conclusiones y aportaciones del estudio	411
5.1 <i>Conclusiones</i>	411
5.2 <i>Aportaciones del estudio</i>	412
33 La lectura extensiva en la enseñanza de español como lengua extranjera	417
<i>Sandra Håkansson (Universidad de Lund -Suecia-)</i>	
1. Introducción	417
1.1 <i>La comprensión lectora</i>	417
1.2 <i>Preguntas de investigación</i>	417
2. Teoría	418
3. Grupos y desarrollo	421
4. Discusión	424
5. Conclusiones	428
34 Aplicación del análisis factorial en el estudio de tipificación de la cultura organizativa según el modelo de Cameron y Quinn ..	431
<i>María Teresa López Felipe (U. de Murcia -España-)</i>	
1. Resultados del análisis factorial y perfil cultural de los casos estudiados ..	431
1.1 <i>Resultados de la EMPRESA I</i>	432
1.1.1 Perfil cultural de la EMPRESA I	433
1.2 <i>Resultados de la EMPRESA II</i>	434
1.2.1 Perfil cultural de la EMPRESA II	435
1.3 <i>Resultados de la EMPRESA III</i>	436
1.3.1 Perfil cultural de la EMPRESA III	437
1.4 <i>Resultados de la EMPRESA IV</i>	438
1.4.1 Perfil cultural de la EMPRESA IV	439
2. Conclusiones	440
35 Narrativas Videojugables: ludificación del relato audiovisual	443
<i>Sebastián Mañas Valle (Universidad de Málaga -España-)</i>	
<i>Vicente Peña Timón (Universidad de Málaga -España-)</i>	
1. Un nuevo orden	443
2. R-Evoluciones	445
3. Vinculaciones	445
4. Fabulaciones Interactivas	446

5. Narrativas Aumentadas	446
6. Narrativas Videojugables	447

36 Universidad y Social Media: una revisión crítica

<i>Antonio Martín-Cabello (U. Rey Juan Carlos -España-)</i>	
<i>Almudena García-Manso (U. Rey Juan Carlos - España-)</i>	
1. Introducción: el papel de los <i>Social Media</i> en la universidad	453
2. El uso de las redes en la docencia universitaria	455
3. El impacto del uso de los <i>Social Media</i> en la docencia universitaria	458
Epílogo	460

37 Evolución urbana de 'MADĪNAT AL-ḤAMRĀ': La ciudadela de la Alhambra

<i>Adelaida Martín Martín (U. de Granada - España-)</i>	
1. Emplazamiento	465
2. Funcionamiento y estructura urbana	466
2.1 <i>Perímetro amurallado y elementos defensivos</i>	466
2.2 <i>Palacios</i>	469
3. Estructura urbana	471
3.1 <i>El agua en la Alhambra</i>	472
4. Propuesta de desarrollo urbano	474

III Sociedad de información: la nueva topología del poder

<i>André Martins Brandão (Pontificia Universidad Católica de São Paulo -Brasil-)</i>	
<i>Nuria López Cabaleiro Suárez (Pontificia Universidad Católica de São Paulo -Brasil-)</i>	
1. La ficción es la (nueva) realidad social	479
2. El desarrollo de la sociedad de información	480
3. Disciplina y control de información	481
4. La topología de la sociedad de información: el espacio liso	484
5. La topología del Estado: el espacio estriado	485
6. El poder y la apropiación entre topologías	486
7. Conclusión	487

39 La creación de un repositorio como almacén de nuevos contenidos ..

<i>Sandra Martorell (Universitat Politècnica de València -España-)</i>	
<i>Fernando Canet (Universitat Politècnica de València -España-)</i>	
<i>Lluís Codina (Universitat Pompeu Fabra -España-)</i>	
1. Introducción	489
2. Estado de la cuestión	490
3. Caso aplicado	492
3.1 <i>Contenidos</i>	492
3.2 <i>Desarrollo e implementación</i>	497
4. Conclusiones	499
5. Agradecimientos	500

40 Generación y difusión de contenidos desde los museos en la época de las redes sociales. 503

Santos M. Mateos Rusillo (Universitat de Vic-Universitat Central de Catalunya -España-)

- 1. El museo, una máquina generadora de contenidos.503
- 2. Los museos abrazan el Marketing de contenidos.504
 - 2.1 ¿Qué es el Marketing de contenidos? 505
 - 2.2 «Streetmuseum» del Museo de Londres: el caso perfecto de Marketing de contenidos 506
 - 2.3 ¿Qué diferencia Difusión cultural y Marketing de contenidos? 508
- 3. Las redes sociales, terreno abonado para difundir contenidos.509
 - 3.1 Difusión cultural en redes sociales: el perfil de Twitter del Museo Nacional del Prado 509
 - 3.2 Marketing de contenidos en redes sociales: el blog de «La maleta mexicana» del Museu Nacional d'Art de Catalunya 510

41 Toma de decisiones político-electorales de los ciudadanos. 515

Angélica Mendieta Ramírez (Benemérita Universidad Autónoma de Puebla -México-)

- 1. Introducción.515
- 2. Metodología516
- 3. ¿Cómo toman sus decisiones políticas y electorales los ciudadanos?.....517
- 4. La toma de decisiones dentro y fuera de los límites de la razón518
- 5. Conclusiones521

42 Gestión de la comunicación interna en las universidades 527

Mariela Miranda (Universidad Nacional de San Juan -Argentina-)

Susana Gladys Lahoz (Universidad Católica de Cuyo -Argentina-)

- 1. La comunicación institucional en las universidades527
- 2. La Comunicación Interna como herramienta de gestión529
 - 2.1 Por qué Comunicar..... 530
- 3. Comunicar la Gestión / Gestionar la Comunicación530
 - 3.1 El lugar de la Gestión de la Comunicación Interna en la Institución. 531
- 4. Las Tecnologías de la Información y la Comunicación532
- 5. A modo de conclusión.....534

43 La legitimación de las narrativas transmedia en el discurso social 537

Sara Molpeceres Arnáiz (Universidad de Valladolid -España-)

María Isabel Rodríguez Fidalgo (Universidad de Salamanca -España-)

- 1. Cuestiones preliminares537
- 2. La naturaleza de las narrativas transmedia538
 - 2.1 Diversos soportes: multimedia, crossmedia y transmedia 539
 - 2.2 Transmedia y rol activo del receptor/usuario..... 539
 - 2.2.1 La creación del universo narrativo 540
 - 2.2.2 La experiencia transmedia..... 542
- 3. La posibilidad de las NT en el contexto del discurso social543

44 La comunicación en el marco de la Cooperación Internacional Española y Andaluza: una revisión para la transformación. 549

Silvia Olmedo Salar (Universidad de Málaga-Andalucía Tech -España-)

- 1. Introducción.....549
- 2. Planes Directores de la Cooperación Española y Andaluza551
- 3. Cooperación Internacional y comunicación en España552
- 4. Objetivos553
- 5. Metodología554
- 6. Resultados.....555
- 7. Epílogo561

45 Formación y calidad en el periodismo de moda: método VAP. 565

Concha Pérez Curiel (Universidad de Sevilla -España-)

María Luisa Notario Rocha (Universidad de Sevilla -España-)

- 1. Introducción.....565
- 2. Formación y Calidad en la información sobre moda.....566
 - 2.1 Los contenidos de moda en la prensa: propuesta de investigación..... 567
 - 2.2 Herramienta VAP como instrumento de medición..... 567
 - 2.2.1 Aplicación de la ficha VAP en la información sobre moda 568
- 3. Medición de la calidad de la información sobre moda: desarrollo de la investigación569
 - 3.1 Fase 1: Análisis comparativo de la información sobre moda en prensa estadounidense y española 570
 - 3.2 Fase 2: Análisis comparativo de los niveles de formación de los periodistas especializados en moda 574
 - 3.2.1 Resultados de las encuestas a profesionales del sector moda . 574
 - 3.2.2 Resultados de las encuestas a periodistas del sector moda. ... 575

46 Innovación en comunicación y Administración de Justicia ¿dos realidades incompatibles?..... 579

Gilberto Pérez del Blanco (Universidad Autónoma de Madrid -España-)

- 1. La comunicación procesal579
- 2. Práctica de la comunicación procesal: la descripción de un arcaísmo.580
- 3. Tipos de actos de comunicación: lo que hay que comunicar por la Justicia.581
- 4. La comunicación entre órganos judiciales584

47 La enseñanza del español en el aula en Suecia, enfoques y métodos estudiados a través de cinco profesoras..... 587

Anna Ponnert (Universidad de Lund -Suecia-)

- 1. El objetivo del estudio587
- 2. Estudios previos.....588
- 3. La enseñanza comunicativa de la lengua.....589
- 4. La enseñanza comunicativa en el aula590
 - 4.1 Las pre-condiciones 591
 - 4.2 El nivel de estudios y las notas 591
 - 4.3 El trabajo en el aula..... 592
- 5. La visión de la enseñanza595
- 6. Conclusiones597

48 Repensando la evaluación: Una práctica de metaevaluación basada en el diálogo con los implicados	601
<i>Cristina Pons Mudarra (Universitat Internacional de Catalunya -España-)</i>	
1. Planteamiento del problema y justificación	601
2. Breve fundamentación teórica	603
3. Metodología y planteamiento de la investigación	605
4. Trabajo de campo	608
5. Resultados y conclusiones	609
49 Cine y nuevas fórmulas comunicativas: evolución del emplazamiento publicitario hecho cine	611
<i>José Rodríguez Terceño (Universidad Complutense de Madrid -España-)</i>	
1. Introducción	611
2. Emplazamiento de producto	612
3. Anuncios en formato largometraje	617
50 La enseñanza de Grado en Comunicación, Desarrollo y Cambio Social. El escenario español en la convergencia de Bolonia	623
<i>Gloria Rosique Cedillo (Universidad Carlos III de Madrid -España-)</i>	
<i>Alejandro Barranquero Carretero (Universidad Carlos III de Madrid -España-)</i>	
1. El campo de la comunicación para el desarrollo y para el cambio social ..	624
2. Objetivos y Metodología	626
3. Objetivos y Metodología	627
4. Conclusiones	629
51 Centros de Documentación de Prensa Virtuales, Hemerotecas y Bases de Datos Periodísticas: referentes de una investigación adaptada a las necesidades de los usuarios	633
<i>María F. Sánchez Hernández (U. Rey Juan Carlos -España-)</i>	
<i>Carlos Oliva Marañón (U. Rey Juan Carlos -España-)</i>	
1. Introducción	633
2. Estado de la cuestión	634
3. Objetivos	637
4. Metodología	637
5. Análisis de bases de datos periodísticas	637
5.1 Hemerotecas virtuales	637
5.2 Bases de datos especializadas en prensa	641
6. Conclusiones	642
52 Opinión pública en prensa on line: estudio desde la perspectiva de género	647
<i>María Eugenia Sanz Aniceto (Universidad de Burgos -España-)</i>	
1. Introducción	647
2. Conceptualización	648
3. Método	651
3.1 Antecedentes	651
3.2 Metodología	651
3.3 Estudio I	652
3.4 Estudio II	655
53 Estigma, enfermedad mental y medios de comunicación	659
<i>Salvador Simó Algado (Universitat de Vic - Universitat Central de Catalunya -España-)</i>	
1. Introducción	659
2. "Habitantes del país de la locura"	660
2.1 El internamiento: los hospitales psiquiátricos	661
2.2 La desinstitucionalización	661
2.3 El enfermo mental, ¿has visto cómo llora un cerezo?	662
3. Estereotipos, prejuicios y estigma	663
3.1 Las repercusiones del estigma	665
4. Estigma y medios de comunicación	666
4.1 Campañas y proyectos antiestigma	667
5. ¿Nos reconocemos?	669
54 Audio description in art museums: genre and intermediality	675
<i>Silvia Soler Gallego (Universidad de Córdoba - España-)</i>	
1. Introduction	675
2. The audio descriptive guide as text genre	676
3. Audio description and intermediality	678
4. Audio description, literary ekphrasis and the formal analysis of visual art ..	679
55 Nuevos contenidos para viejos problemas: El cambio climático en el discurso editorial de la prensa europea	687
<i>Laura Teruel Rodríguez (Universidad de Málaga -España-)</i>	
<i>Elena Blanco Castilla (Universidad de Málaga -España-)</i>	
<i>Montse Quesada Pérez (Universitat Pompeu Fabra -España-)</i>	
1. Planteamiento	687
2. La victoria del discurso científico	689
3. Metodología	691
4. Análisis de los resultados obtenidos sobre el estudio del discurso	692
5. El perfil de los periódicos de referencia	693
5.1 El País	693
5.2 Le Monde	694
5.3 The Guardian	695
5.4 Frankfurter Allgemeine	695
6. Conclusiones	696
56 La labor crítico musical de Rogelio Villar en el diario El País (1910-1918)	701
<i>teresa Ugidos Rodríguez (U. Camilo José Cela -España-)</i>	
1. Rogelio Villar (León 1875-Madrid 1937)	701
2. El nacionalismo musical	702
3. Villar ante el Wagnerismo	704
4. Las vanguardias musicales: el impresionismo	705
5. Los ballets rusos	708

57 El mLearning en la educación superior 711

Juan Carlos Yáñez Luna (U. Autónoma de San Luis Potosí -México-)

Mario Arias Oliva (U. Rovira I Virgili -España-)

Jorge Pelegrín Borondo (U. de La Rioja -España-)

Leonor González Menorca (U. de La Rioja -España-)

1. Introducción.....711
2. El entorno de los Learning Management System712
3. Situación del mLearning en la educación superior714
 - 3.1 *Uso de Moodle en la URV*..... 714
 - 3.2 *Uso de las TIC en la URV* 715

Introducción

Paula Requeijo Rey (Universidad Camilo José Cela -España-)

Carmen Gaona Pisonero (Universidad Rey Juan Carlos -España-)

Antes de adentrarnos en cada uno de los capítulos de este libro, proponemos una breve parada en la que reflexionar brevemente sobre el tema central de esta obra: la comunicación. En relación con ella queremos recodar dos premisas sobre las que se configura y que convierten la innovación docente en temas comunicativos en un gran reto: la complejidad del lenguaje simbólico y el ritmo vertiginoso de las TIC, que impulsan transmutaciones veloces de los estilos y modos comunicativos.

Un gran reto es también el desvelar mínimamente dicha “complejidad”. Para ello hacemos uso de los aportes de Toni Morrison (seudónimo de Chloe Anthony Wofford), Premio Nobel de Literatura en 1993. T. Morrison prestó especial atención a la “violencia de la representación” en la conferencia que pronunció con ocasión de su Premio Nobel de Literatura: “El lenguaje opresivo hace algo más que representar la violencia; es violencia” (Morrison, 1993: 16)¹. Morrison nos ofrece una parábola en la que el lenguaje mismo es imaginado como una “cosa viviente”. Esta figura no es falsa ni irreal, sino que indica un aspecto verdadero del lenguaje. En la parábola de Morrison, unos niños inician un juego cruel preguntando a una mujer ciega si el pájaro que guardan en sus manos está vivo o muerto. La ciega responde negando y desplazando la pregunta: “No sé (...) lo que sé es que está en tus manos. Está en tus manos” (Ibídem: 11).

Morrison decide interpretar a la mujer de la parábola como una escritora experimentada y, el pájaro, como el lenguaje, intentando hacer una conjetura acerca de cómo esta escritora consumada piensa el lenguaje: “Ella piensa el lenguaje en parte como un sistema y, en parte, como un ser vivo sobre el que uno tiene control pero, sobre todo, como agencia –como un acto con consecuencias-. Por tanto, la pregunta que le hacen los niños, ¿está vivo o muerto?, no es irreal, puesto que la escritora piensa el lenguaje como algo susceptible de morir, de ser borrado” (Ibídem: 13). La mujer piensa el lenguaje como algo viviente. Morrison representa con este acto de sustitución el símil a través del cual el lenguaje es imaginado como vida. La “vida” del lenguaje. (...) El lenguaje es sobre todo, “pensado”, es decir, postulado o constituido en tanto que “agencia”; una sustitución figurada hace posible que podamos pensar la agencia del lenguaje. Puesto que esta formulación se da en el lenguaje, la “agencia” del lenguaje es no sólo el objeto de la formulación, sino su misma acción. Ambas, la formulación y la sustitución figurada, ejemplifican lo que es la agencia.

El lenguaje simbólico nos remite también a la célebre locución de Ernst Cassirer: el ser humano es un extraño “animal simbólico”, autor de lo que en sentido amplio llamamos “cultura”. El *anthropos* u *homo* es sapiente (*sapiens*) y hablante (*loquens*), religioso (*religiosus*), mítico (*mythicus*), hedonista (*ludens*) y riende (*ridens*), técnico (*faber*) y semiótico (*signans*): todo esto y otras decisivas cosas al tiempo, y ninguna de ellas en exclusiva.

¹ Morrison, T. (1994). *The Nobel Lecture in Literature*. Knopf, Nueva York.

Toma de decisiones político-electorales de los ciudadanos

Angélica Mendieta Ramírez
(Benemérita Universidad Autónoma de Puebla -México-)

El estudio de la toma de decisiones electorales por parte de los ciudadanos ha tomado diversas rutas de investigación que abarcan desde los análisis de comunicación política hasta los estudios estadísticos de la conducta electoral de los ciudadanos en largos periodos históricos. En el siglo XXI se ha fortalecido la corriente de investigación que busca conocer el entramado mental, psicológico y emotivo que impulsa la actuación de los ciudadanos hacia alguna alternativa político-electoral de las muchas que le ofrece el entorno del sistema político vigente en su país. Es así como algunos especialistas llegan a hablar del "cerebro político" (Eskibel, 2010) o de la psicología política como una rama de las ciencias sociales que sería capaz de dar cuenta de lo que sucede en el cerebro de los votantes antes y después de emitir su voto o de participar en la toma de decisiones colectivas mediante plebiscitos o referéndum.

A partir de este campo de investigación, surge el interés por establecer una propuesta que pudiera derivar en un modelo de interpretación que permita identificar las variables psicológicas que intervienen a la hora de elegir o de ejercer el sufragio. Este modelo tomará como punto de partida los estudios de Daniel Kahneman, Amos Tversky, Daniel Goleman, Antonio Damasio, Marco Iacoboni y Daniel Eskibel, con respecto a los procesos mentales, neurológicos y emocionales que intervienen en la toma de decisiones, tanto para la vida cotidiana como para el espacio público como ciudadanos activos y participativos. Este trabajo presenta la propuesta teórica y metodológica en la que se sustentará una investigación de mayor aliento, con base en la identificación de cuatro funciones mentales básicas: la intuición; la razón; el conocimiento y la emoción.

Introducción

La toma de decisiones es un tema que ha ocupado la atención de distintas ramas de las ciencias, filósofos, matemáticos, sociólogos, economistas, politólogos y psicólogos, se han preguntado de dónde vienen las decisiones o elecciones que los ciudadanos tomamos para la vida diaria y para resolver situaciones críticas. Algunas de las preguntas que han impulsado a los investigadores son: ¿cómo decidimos? ¿qué factores intervienen para la elección de opciones? ¿cuál es el papel del entorno social como mediador de las decisiones? ¿qué tanto intervienen

las emociones, la racionalidad, la experiencia y el conocimiento a la hora de decidir algo? ¿la elección es el privilegio de la razón? O ¿acaso hay otros elementos de nuestra constitución mental que intervienen para construir los marcos desde los que se toman las decisiones?

El propósito de este trabajo es proponer un modelo de análisis que contribuya a la comprensión de la complejidad que caracteriza el proceso de toma de decisiones políticas de los ciudadanos. La propuesta es que la elección de alternativas de acción política o de representantes populares para los Congresos o los Poderes Ejecutivos de los Estados, es producto de la combinación de cuatro funciones básicas: la intuición; la razón; el conocimiento y la emoción.

La propuesta básica es que la toma de decisiones no es sólo producto de la elección racional o de factores sociológicos que inciden en el votante, hay algo más que se construye a partir de las emociones, la intuición y el conocimiento adquirido por la experiencia. Como bien lo apunta Eskibel (2010:16):

“El principio básico es simple: la clave de la decisión de voto está en el cerebro humano. Todo lo demás importa (variables demográficas, identidades partidarias, temas de agenda, comunicación electoral, aspectos racionales y emocionales) pero todo pasa por el tamiz de la mente humana”.

Podríamos estar de acuerdo en que los ciudadanos son sujetos *bio-psico-sociales* que activan su existencia desde lo que Edgar Morin (2003) llama el *homo complexus*, situado fuera de los márgenes limitados de cualquier reduccionismo sea este racionalista, evolucionista, sociológico, politológico o economicista.

Antecedentes relevantes en el estudio de la toma de decisiones son la Teoría de la Elección Racional (TER) de John Von Neumann y Oskar Morgenstern (1944); la Teoría de la Racionalidad Limitada (TRL) de Herbert Simon (1944); la Teoría de las Perspectivas (TP) de Daniel Kahneman y Amos Tversky (1979, 1981).

La propuesta teórica que aquí se desarrolla se sostiene con los descubrimientos de Kahneman de las características que distinguen al pensamiento intuitivo del racional (2012) los descubrimientos de Antonio Damasio (1999), la Teoría de la Inteligencia Emocional (TIE) de Daniel Goleman (1996) y las investigaciones realizadas desde el enfoque de la neuropolítica por Marco Iacoboni (2000) y Daniel Eskibel (2010).

Para terminar, como una primera aproximación, se trazan las líneas generales del modelo que hasta este punto tiene un carácter exploratorio susceptible de ser probado en posteriores estudios interdisciplinarios de tipo experimental.

2. Metodología

Es una investigación cualitativa, no experimental, de carácter exploratorio. Se busca fundamentar conceptualmente, con base en los hallazgos más significativos en el campo de la teoría de toma de decisiones, el diseño de un modelo que permita analizar y comprender las razones, motivaciones, emociones y argumentos que inciden en las elecciones políticas de los ciudadanos más allá de la racionalidad percibida.

Los resultados de las investigaciones que se consultan para la elaboración de este documento, son producto de trabajos experimentales publicados en su momento en las más importantes revistas científicas del mundo. De ahí que sean pertinentes para sustentar la propuesta aquí presentada.

II. ¿Cómo toman sus decisiones políticas y electorales los ciudadanos?

Entre las preocupaciones centrales de los políticos y los funcionarios públicos, se encuentra responder a lo que sigue: ¿cómo toman sus decisiones políticas y electorales los ciudadanos? ¿existe algún mecanismo social, mental, ideológico o sociológico que incide en las elecciones que toman los electores a favor o en contra de algún candidato o iniciativa de gobierno? ¿es posible identificar alguna racionalidad o lógica que permita predecir las tendencias de voto que los habitantes de una comunidad expresarán en las urnas? Y, una vez que se conoce esta racionalidad, ¿será posible utilizarla para orientar o reorientar las decisiones de ese grupo de ciudadanos? Hasta ahora se han buscado respuestas a estas preguntas desde los siguientes ámbitos de estudio:

- a) **Sociología política:** en este campo se ha intentado establecer las relaciones existentes entre la estructura social de la que emergen las decisiones de cada ciudadano, señalando la relevancia que adquieren a la hora de actuar en sociedad- sus referentes simbólicos, culturales y socio-demográficos. En este terreno destacan los estudios de Gabriel Almond y Sidney Verba (1963) sobre la cultura política; los trabajos en torno al papel de los imaginarios sociales inaugurados por Cornelius Castoriadis (1985) y las investigaciones con enfoque estructural-funcionalista como las realizadas por Talcott Parsons y Edward Shils (1962), Robert K. Merton (reedición de 2002) o más recientemente Niklas Luhmann (1991).
- b) **Ciencia política:** desde el ámbito politológico se ha buscado conocer las reglas de operación del sistema político para derivar de él, las predicciones o prospectivas de comportamiento político-electoral de los ciudadanos. Los trabajos surgidos desde esta tradición han profundizado en la comprensión del sistema de partidos, la construcción de la ciudadanía y las dinámicas del poder político. A diferencia del enfoque sociológico político que sitúa el eje de la interpretación en los factores sociales, la ciencia política ubica el anclaje de las decisiones ciudadanas en el entramado del sistema político con sus limitaciones, redes de interés, campos de fuerza y alcances. Aquí destacan con sus diferencias teóricas y metodológicas, los trabajos de Arend Lijphart (1995); David Easton (1982); Robert Michels (1983); Maurice Duverger (1985); Robert Dahl (1989); Claus Offe (1988); Norberto Bobbio; Giovanni Sartori (1987) y Angelo Panebianco (1990); entre otros estudiosos del fenómeno.
- c) **Comunicación política:** es un campo interdisciplinario en el que confluyen diversas ramas de las ciencias sociales pero que busca explicar el comportamiento electoral y las decisiones de los ciudadanos, con base en los estudios de opinión, las encuestas, el manejo del discurso político y el universo mediático que, desde este enfoque, generan las condiciones para la conversación pública entre los ciudadanos, el sistema de partidos, el sistema político y el sistema de los medios. Para este tipo de abordaje teórico, las decisiones de los electores son el resultado del manejo comunicativo que se produce y de la capacidad de convencer o persuadir que tengan los

mensajes políticos. En este campo se inserta la comunicación electoral, la comunicación gubernamental y la comunicación en situaciones de crisis (Mazzoleni, 2010)

- d) **Psicología política:** este es un terreno novedoso para el estudio de las decisiones político-electorales que encuentra sus raíces en la conjunción de los recientes descubrimientos de la psicología evolutiva (Damasio, 1999); los trabajos de la psicología cognitiva de Kahneman y Tversky (1979); en las investigaciones en psicología del lenguaje realizadas por George Lakoff (2007) y los innovadores estudios acerca del estudio de la psicología de los rostros efectuados por Alexander Todorov (2010). En esta línea se inscriben las investigaciones de Marco Iacoboni (2009) y de Daniel Eskibel (2010) en torno al “cerebro político” o la corriente denominada *neuropolítica*.

No obstante los avances y aportaciones de los tres primeros enfoques al conocimiento de los mecanismos que influyen en la toma de decisiones, las recientes investigaciones en psicología y neurociencias, han permitido descubrir un campo interdisciplinario de investigación que contribuiría a la comprensión de la complejidad de los procesos cognitivos y emotivos que intervienen en la elección de un candidato para un puesto de elección popular o para intervenir activamente a favor o en contra de iniciativas de política pública.

El problema es identificar las funciones cognitivas y emotivas que intervienen en los procesos de decisión, así como sus mecanismos de interacción en un contexto dinámico y complejo como lo es el cerebro y la mente de los seres humanos.

4. La toma de decisiones dentro y fuera de los límites de la razón

El centro de las reflexiones más significativas generadas en el siglo XX con respecto a la toma de decisiones, es el debate con respecto al papel que -en este contexto- le corresponde desempeñar a la racionalidad. La primera propuesta de interpretación de cómo elegimos, es la desarrollada por los matemáticos John Von Neumann y Oskar Morgenstern (1944) cuyo planteamiento central se podría resumir en la siguiente frase de Morgenstern (2014: 348):

“Cada individuo persigue su propia ventaja máxima y los intereses de todos y cada uno de ellos, menos de la mayoría de ellos, son opuestos”.

Y más adelante abunda sobre esta premisa para establecer el modelo básico de la teoría de los juegos (Morgenstern, 2014: 350):

[...] cada jugador desea ganar lo más posible; a menudo dispone de muy pocas alternativas; los naipes que recibe dependen del azar; además, debe tener en cuenta que los demás jugadores contestarán con sus propias tácticas a la suya y tratará de descubrir sus intenciones, exactamente como lo hace él mismo; y finalmente el resultado del juego no depende del comportamiento de un solo jugador, sino de la totalidad de ellos y cada uno no domina sino una parte de las variables que en su totalidad determinan el conjunto... El jugador, si quiere ganar, debe comportarse racionalmente”.

Como se puede leer, el carácter racional del sujeto que participa en el juego, es el rasgo que posibilita la operación del modelo construido por Von Neumann y Morgenstern, sin ese ingrediente racional, no es posible comprender los mecanismos que intervienen en la toma de decisiones. Un tercer elemento que impulsa las elecciones con base en este marco de interpretación, es las utilidades esperadas, para estos teóricos, la utilidad que se espera recibir de una jugada, decisión o línea estratégica, es lo que define el sentido de la elección.

Es decir que el máximo de utilidad esperada es directamente proporcional al mínimo de ganancias del adversario en una dinámica de suma cero que lleva a determinar los cursos de acción a seguir a partir de la definición de las necesidades que se pretenden satisfacer y las utilidades que es probable recibir una vez tomada la decisión de la ruta a seguir, de esta manera Von Neumann y Morgenstern arriban a su teorema “Minimax” que es la base de la teoría de los juegos y su derivación en la toma de decisiones, (Morgenstern, 2014: 352):

Ahora bien, como cada jugador quiere que su ganancia sea el máximo de lo que se puede lograr, éste debe hacer todo lo posible para que las ganancias de los demás sean un minimum. Tenemos pues que solucionar no un simple problema de máximo, sino uno de *Minimax* por decir así, de un carácter matemático totalmente diferente. En un juego entre dos personas solamente, los intereses de cada uno de ellos están en oposición absoluta, pero si hay más de dos jugadores, algunos de ellos pueden asociarse en una comunidad de intereses. Mas, esto no modifica en nada la oposición de un equipo frente a otro”.

Y todo este ciclo a partir de un ejercicio racional en el que entra en juego nuestra capacidad mental para calcular, generar estadísticos y producir algoritmos que permitan concluir las probabilidades de alcanzar una ganancia determinada ante necesidades en conflicto y satisfactores limitados para ellas. Morgenstern lo explica con claridad (2014: 353):

En algunos juegos el jugador no dispone sino de muy pocas estrategias alternativas, pero si sucede que elige la ‘mejor’, se puede decir que se ha comportado ‘racionalmente’. Mas, ¿cuál es la mejor estrategia? Evidentemente, aquella que cada uno de los jugadores quiere elegir como la ‘mejor’ o sea la ‘mejor’ para él”.

Esto se complica aún más cuando las posibilidades o alternativas de estrategias de las partes en conflicto son absolutamente indeterminadas, ya que en estas circunstancias resulta complicado definir cuál sería la ‘mejor’ estrategia ante la dificultad de adivinar las intenciones del adversario, por lo que se buscará ocultar las propias intenciones como estrategia básica. De ahí que en situaciones sociales o económicas complejas se administre la información para generar ventajas competitivas, facilitar las ganancias marginales por especulación o producir crisis manejables para los estrategas. Para Morgenstern la solución se encuentra en la teoría general de los juegos que se calcula por largos procedimientos que -una vez más- le restan a la racionalidad de los participantes en el marco del modelo de utilidad esperada (Morgenstern, 2014: 356):

En los acontecimientos sociales y económicos tal comportamiento es característico. Cuando es ventajoso no proporcionar informaciones, pero sí obtenerlas, uno se vuelve evasivo, astuto, disimula, recurre a blufs, etc., que no son sino otras tantas expresiones del hecho de en esos casos se eligen estrategias estadísticas o mixtas”.

Por aquella misma época, en el año de 1944, veía la luz el tratado de Herbert Alexander Simon titulado en inglés *Administrative Behavior. A Study of Decision Making Processes in Administrative Organization* (se publicó en español en 1971 por editorial Aguilar con el título *El comportamiento administrativo*) que sugiere la posibilidad de comprender las limitaciones del modelo de elección racional mediante la intervención de factores tales como el "ambiente organizacional" o reconocimiento de las ocasiones que justifican la toma de decisiones; el rol desempeñado por el diseño o concepción de las acciones posibles y la elección de una de ellas. Para Simon (1971: 240):

"la capacidad de la mente humana para formular y resolver problemas resulta pequeña comparada con la cantidad de problemas, cuya solución se requiere para una conducta objetivamente racional en el mundo real e, incluso, para una aproximación razonable a tal racionalidad objetiva".

Es decir que el crecimiento de las capacidades cognitivas humanas es aritmético, en tanto que los problemas y sus peligros crecen de forma geométrica, en otras palabras, la razón encuentra sus límites en la complejidad misma del entorno en que se gesta la toma de decisiones, de ahí que Simon proponga que la manera más viable de encarar esta racionalidad limitada sea por medio de las organizaciones. Para decirlo de otra manera, frente al modelo de *hombre económico* que proponen Von Neumann y Morgenstern, Simon sugiere el modelo de *hombre administrativo* capaz de elegir el mejor curso de acción a seguir a partir del contexto organizacional en que se inscribe y de las opciones posibles.

Para Simon, la racionalidad debe hacerse consciente de la irracionalidad que le acompaña, porque para cualquier individuo, su proceso de toma de decisiones parte de la información disponible (que necesariamente se encuentra limitada o sesgada por el medio del que proviene); de las posibilidades, alcances y limitaciones cognitivas de los sujetos y del tiempo que se tiene para elaborar una decisión que sea la idónea para las condiciones en que surge el problema a resolver.

En estas circunstancias, Simon propone que, en lugar de maximizar las ganancias con base en las utilidades esperadas, se busque seleccionar los satisfactores accesibles para los agentes económicos y sociales. Esta resulta ser la vía más tratable para la toma de decisiones porque ningún sujeto tiene conocimiento de la totalidad de alternativas, su información es limitada y el tiempo para computar esa información y realizar los cálculos o los algoritmos que le permitan determinar estadísticamente la probabilidad de maximizar sus utilidades, también se encuentra acotado.

Simon sintetiza su propuesta de la siguiente manera (2003: 97):

"[...] las elecciones realizadas por la gente están determinadas no sólo por un objetivo general que sea consistente y por las propiedades del mundo externo, sino también por el conocimiento del mundo que tienen o dejan de tener quienes toman decisiones, de su habilidad o falta de habilidad para recordar ese conocimiento en el momento que sea relevante, de saber sacar las consecuencias de sus acciones, de tener presentes las distintas posibilidades de actuación, de la capacidad de afrontar la incertidumbre (incluida la incertidumbre que surja de las posibles respuestas de otros actores), y de lograr la armonía entre sus múltiples deseos en competencia. La racionalidad es limitada porque esas habilidades están severamente limitadas

En consecuencia, la conducta racional en el mundo real está tan determinada por el entorno interno de las mentes de las personas (los contenidos de memoria y sus procesos) como por el entorno externo del mundo en el que actúan (y que actúa en ellos)".

Sin embargo, a pesar de sus diferencias, existen semejanzas entre la *racionalidad estándar* (RE) y la *racionalidad acotada* (RE), así lo explican Plata, Mejía y Accinelli (2009: 79):

"En resumen, las principales semejanzas entre la RE y la RA consisten en que ambas parten del individualismo metodológico (sin considerar el contexto histórico y social que define la toma de decisiones individuales, hay una tendencia marcada a la modelación matemática y juega un papel determinante las preferencias y expectativas del agente en la elección (valoración subjetiva)".

Como se podrá observar, en la contraposición de la *racionalidad estándar* del modelo elaborado por Von Neumann y Morgenstern y la *racionalidad acotada* de Simon, se hallan las raíces de modelos de toma de decisiones que adquirirán mayor relevancia a la luz de la economía del comportamiento en donde se cruzan la psicología y la ciencia económica para dar lugar a los desarrollos de Daniel Kahneman y Tversky.

8. Conclusiones

Los descubrimientos de las neurociencias, de la psicología evolutiva y de las ciencias cognitivas han iluminado sectores de la vida que contribuyen a reconocer la complejidad de lo humano y el profundo misterio que encierra la mente con sus emociones, pulsiones y argumentos racionales o estratégicos. Ya no somos la periferia monocromática de la razón, nuestro pensar no es la única prueba de la existencia, hay algo más, mucho más, universos infinitos de pasiones, sensaciones, intuiciones, fantasías e intuiciones que dinamizan la existencia y condicionan las posibilidades de elegir un camino u otro.

Somos un entramado de signos y símbolos que sólo pueden funcionar en red y en medio de una simbiosis vertiginosa en la que se manifiesta lo que Edgar Morin ha llamado el *homo complexus* y que exige un tipo de conocimiento distinto (Morin, 2001: 16)

Prezamos un pensamiento que intente reunir y organizar los componentes (biológicos, culturales, sociales, individuales) de la complejidad humana e inyectar los aportes científicos en la antropología, en el sentido del pensamiento alemán del siglo XIX (reflexión filosófica centrada en el ser humano)".

Este es el camino que han emprendido desde los laboratorios y la observación de los comportamientos humanos en sociedad, distintos investigadores que han buscado desentrañar el misterio de lo humano y en su intento evidencian lo mucho que queda pendiente por indagar y conocer. No obstante, sus hallazgos y propuestas constituyen una excelente ocasión para pensar desde un enfoque complejo, las funciones mentales que intervienen en los procesos de toma de decisiones y esto como sucede en la configuración conceptual de la llamada *neuropolítica* y su metáfora más afortunada el "cerebro político".

Existen algunos trabajos en donde se perfilarán los trazos generales de un planteamiento conceptual y metodológico que permiten conocer la multidimensionalidad característica de la toma de decisiones políticas y electorales de los ciudadanos. Entre estos trabajos tenemos la propuesta de Kahneman (2012) y los trabajos seminales elaborados por este científico en colaboración con Amos Tversky (1979, 1981), los principales elementos conceptuales que provee Antonio Damasio (1999), las aportaciones de la "inteligencia emocional" según Daniel Goleman (1996) y los argumentos de Marco Iacoboni (2009) a favor de la *neuropolítica* y sus derivaciones en la metáfora del "cerebro político" a la luz de los trabajos de Daniel Eschibel (2010) y Carlos Andrés Pérez Múnera (2011). Sin embargo, estos modelos no terminan de explicar el proceso multidimensional en la toma de decisiones políticas y electorales de los ciudadanos.

En este sentido se propone el siguiente modelo a partir de cuatro ejes:

- Intuición (hemisferio derecho)
- Razón (hemisferio izquierdo)
- Emoción (hemisferio derecho)
- Conocimiento (hemisferio izquierdo y derecho)

Los entusiastas de este dogma afirman que el «cerebro izquierdo» (o sea el hemisferio izquierdo) es el asiento del pensamiento racional, el pensamiento intelectual, el análisis y el habla. Por consiguiente, aseguran que el hemisferio izquierdo está mejor equipado para tratar con asuntos relacionados con el lenguaje (leer y escribir), el álgebra, la solución de problemas matemáticos y las operaciones lógicas. Así resulta que el «cerebro derecho» (hemisferio derecho) es el asiento de la intuición, las emociones, el pensamiento no verbal y el pensamiento sintético, lo cual permite desarrollar representaciones en el espacio, la creación y la carga emocional. ¿Hay de cierto en todo esto?

Expliquemos de manera general cada uno de ellos:

- a) **Intuición:** Como se ha visto en los trabajos de Herbert Simon, Daniel Kahneman y Amos Tversky, el papel de las intuiciones en el Sistema 1 de nuestra mente, permite valorar las opciones políticas a partir de criterios tales como la aversión a las pérdidas, el efecto marco, el efecto halo y el impacto de los rostros de los candidatos. Situaciones que son absolutamente intuitivas, que obvian el proceso de razonamiento y llegan a conclusiones que permiten decidir en lo inmediato cómo actuar y qué elegir. Las intuiciones son una forma de la inteligencia humana que dialoga con la inteligencia racional y con la inteligencia emocional, encuentra su sustento para la práctica, en los conocimientos y experiencias almacenadas en el cerebro que posibilitan las soluciones heurísticas exigidas por el entorno en permanente transformación.
- b) **Razón:** es el Sistema 2 y en él intervienen las propuestas de Von Neumann y Morgenstern, articula una serie de razonamientos lógicos y entra en acción cuando el Sistema 1 no encuentra asociaciones cercanas a su experiencia que le permitan responder a la situación desafiante que le plantea el entorno. En todos los casos sigue presente la facultad del juicio, pero

observa limitada por las implicaciones de tiempo y capacidad operativa del cerebro. En política funciona a la hora de codificar el mensaje de los candidatos pero es insuficiente para comprender las motivaciones que impulsan a los ciudadanos a aceptar y elegir como viable ese mensaje.

- c) **Emoción:** es una función que opera neurológicamente y socialmente conforme a los descubrimientos detallados por los trabajos de Antonio Damasio y Daniel Goleman. Sus implicaciones en el modelo de toma de decisiones son centrales, ya que en él intervienen sentimientos de empatía o rechazo con el candidato y su mensaje, así como emociones de enojo con respecto a situaciones personales o del entorno que ponen en riesgo la integridad de las personas. Es un factor que puede jugar un papel determinante a la hora de elegir a un representante popular, más allá de cualquier racionalidad lógica o de cualquier cálculo de costo-beneficio.
- d) **Conocimiento:** es una función que se articula desde los procesos de aprendizaje que en el caso de este trabajo se identificaron con la propuesta de las neuronas espejo y su potencial para construir redes intersubjetivas que permitan transformar la sociedad. También intervienen las experiencias que los ciudadanos han tenido con distintos partidos políticos y sus candidatos una vez que han llegado al poder. El conocimiento y la experiencia son el sustrato profundo del que se alimentan la heurística de las decisiones intuitivas y está en correlación directa con ella.

¿Sería pensar que una segunda etapa de trabajo en esta línea de investigación, sería la elaboración de instrumentos que permitan valorar el impacto de cada una de estas funciones en las decisiones político-electorales de los ciudadanos.

En conclusión se puede decir que el modelo propuesto reconoce las siguientes premisas para su funcionamiento:

1. Las cuatro funciones del modelo de toma de decisiones político-electorales de los ciudadanos guardan una relación de sinergia en donde cada una incide en la otra y se alimenta de sus posibilidades.
2. Las elecciones de los ciudadanos en contextos de incertidumbre política, no responden al criterio de los beneficios o utilidades esperadas sino a su aversión al riesgo de las pérdidas.
3. El marco discursivo en el que se plantean las decisiones es importante a la hora de construir los mensajes. El cambio de marco es un cambio social. (Lakoff).
4. Las decisiones político-electorales son producto de las emociones que suscita el candidato, desde su fisonomía hasta sus palabras, todo importa.
5. La comprensión de los procesos neuronales que intervienen en el funcionamiento del cerebro político es un campo aún por explorar que permitirá abrir nuevos cauces a la investigación sobre las decisiones político-electorales de los ciudadanos.

Bibliografía

- ALCOBA E. (2005). *En Pensando queer. Sexualidad, cultura y educación*. Graó, Barcelona
- ALMOND, GABRIEL Y VERBA, SIDNEY (1963) *THE CIVIC CULTURE*. NEW JERSEY: PRINCETON UNIVERSITY PRESS
- CASTORIADIS, CORNELIUS (1985) *LA INSTITUCIÓN IMAGINARIA DE LA SOCIEDAD*. MADRID: TUSQUETS
- DAHL, ROBERT (1989) *LA POLIARQUÍA, PARTICIPACIÓN Y OPOSICIÓN*. BUENOS AIRES: REI
- DAMASIO, ANTONIO (1999) *EL ERROR DE DESCARTES. LA RAZÓN DE LAS EMOCIONES*. CHILE: ANTORO BELLO
- DIXIT, AVINASH K. Y NALEBUFF, BARRY J. (2010) *EL ARTE DE LA ESTRATEGIA. LA TEORÍA DE LOS JUEGOS, GUÍA DEL ÉXITO EN SUS NEGOCIOS Y EN SU VIDA DIARIA*. BARCELONA: ANTONI BOSCH EDITOR
- DUVERGER, MAURICE (1985) *LOS PARTIDOS POLÍTICOS*. MÉXICO: FONDO DE CULTURA ECONÓMICA
- EASTON, DAVID (COMP.) (1982) *ENFOQUES SOBRE TEORÍA POLÍTICA*. BUENOS AIRES: AMORRORTU
- ESKIBEL, DANIEL (2010) *SECRETOS DEL CEREBRO POLÍTICO*. URUGUAY: PSICOCIUDAD. CONSULTADO EL 24 DE MARZO DE 2014 EN EL SITIO: [HTTP://WWW.PSICOCIUDAD.COM](http://www.psicociudad.com)
- GOLEMAN, DANIEL (1996) *INTELIGENCIA EMOCIONAL*. BARCELONA: KAIRÓS
- IACOBONI, MARCO (2009) *LAS NEURONAS ESPEJO. EMPATÍA, NEUROPOLÍTICA, AUTISMO, IMITACIÓN O CÓMO ENTENDEMOS A LOS OTROS*. ARGENTINA: KATZ EDICIONES
- KAHNEMAN, DANIEL (2012) *PENSAR RÁPIDO, PENSAR DESPACIO*. MÉXICO: DEBATE
- KAHNEMAN, DANIEL Y TVERSKY, AMOS (1979) "PROSPECT THEORY: AN ANALYSIS OF DECISION UNDER RISK" IN *ECONOMETRICA* (VOL. 47, NO. 2, MARZO DE 1979)
- LAKOFF, GEORGE (2007) *NO PIENSES EN UN ELEFANTE. LENGUAJE Y DEBATE POLÍTICO*. MADRID: EDITORIAL COMPLUTENSE
- LIPHART, AREND (1995) *SISTEMAS ELECTORALES Y SISTEMAS DE PARTIDOS*. MÉXICO: CENTRO DE ESTUDIOS CONSTITUCIONALES
- LUHMANN, NIKLAS (1991) *SISTEMAS SOCIALES. LINEAMIENTOS DE UNA TEORÍA GENERAL*. MÉXICO: ALIANZA
- MAZZOLENI, GIANPIETRO (2010) *LA COMUNICACIÓN POLÍTICA*. MADRID: ALIANZA.
- MERTON, ROBERT K. (2002) *TEORÍA Y ESTRUCTURAS SOCIALES*. MÉXICO: FONDO DE CULTURA ECONÓMICA.
- MICHELS, ROBERT (1983) *LOS PARTIDOS POLÍTICOS*. BUENOS AIRES: AMORRORTU
- MORGENSTERN, OSKAR (2014) "LA TEORÍA DE LOS JUEGOS Y DEL COMPORTAMIENTO ECONÓMICO" ARTÍCULO CONSULTADO EL 26 DE MAYO DE 2014 EN EL SITIO: WWW.ECONOMICA.ECONOMIA.UBA.AR/20090413123839PM_ECONOMICA_13.PDF
- NEUMANN, JOHN VON Y MORGENSTERN, OSKAR (1944) *THEORY OF GAMES AND ECONOMIC BEHAVIOR*. PRINCETON: PRINCETON UNIVERSITY PRESS
- OFFE, CLAU (1988) *PARTIDOS POLÍTICOS Y NUEVOS MOVIMIENTOS SOCIALES*. MADRID: SISTEMA
- PANEBIANCO, ANGELO (1990) *MODELOS DE PARTIDO. ORGANIZACIÓN Y PODER EN LOS PARTIDOS POLÍTICOS*. MADRID: ALIANZA
- PARSONS, TALCOTT Y SHILS, EDWARD A. (1962) *TOWARD A GENERAL THEORY OF ACTION. THEORETICAL FOUNDATIONS OF SOCIAL SCIENCES*. NEW YORK: HARPER TORCHBOOKS.
- PÉREZ MÚNERA, CARLOS ANDRÉS (2011) *PISTAS PARA ENTENDER EL CEREBRO POLÍTICO. CÓMO Y POR QUÉ TOMAMOS NUESTRAS DECISIONES*. COLOMBIA: CENTRO DE ANÁLISIS Y ENTRENAMIENTO POLÍTICO
- PLATA PÉREZ, LEOBARDO; MEJÍA MEJÍA, INDALECIO Y ACCINELLI GAMBA, ELVIO (2000) "EL MODELO DE LA TEORÍA DE DECISIONES BAJO INCERTIDUMBRE DE VNM: ANTECEDENTES, EXTENSIONES Y EL PAPEL DE LA RACIONALIDAD ACOTADA DE H. SIMON" EN *REVISTA MEXICANA DE ECONOMÍA AGRÍCOLA Y DE RECURSOS NATURALES* (VOL. 2, NÚM. 3, JULIO-DICIEMBRE).
- RAIORTI, GIOVANNI (1987) *PARTIDOS Y SISTEMAS DE PARTIDOS*. MADRID: ALIANZA
- SIMON, HERBERT (1944) "DECISION-MAKING AND ADMINISTRATIVE ORGANIZATION" IN *PUBLIC ADMINISTRATION REVIEW* (VOLUMEN 4, NÚMERO 20, INVIERNO DE 1944)
- SIMON, HERBERT A. (1971) *EL COMPORTAMIENTO ADMINISTRATIVO*. MADRID: AGUILAR
- SIMON, HERBERT A. (2003) "LA RACIONALIDAD LIMITADA EN CIENCIAS SOCIALES: HOY Y MAÑANA" EN GONZÁLEZ, W. (EDITOR) (2003) *RACIONALIDAD, HISTORICIDAD Y PREDICCIÓN EN HERBERT A. SIMON*. ESPAÑA: NETBIBLO
- TVERSKY, AMOS Y KAHNEMAN, DANIEL (1981) "THE FRAMING OF DECISIONS AND THE PSYCHOLOGY OF CHOICE" IN *SCIENCE, NEW SERIES* (VOL. 211, NO. 4481, JANUARY, 1981)
- TROTSKY, ALEXANDER Y OLIVOLA, CHRISTOPHER (2010) "ELECTED IN 100 MILLISECONDS: APPEARANCE-BASED TRAIT INFERENCES AND VOTING" IN *JOURNAL OF NONVERBAL BEHAVIOR* (2010, NUMBER 34).

Contenidos innovadores en la universidad actual

Paula Requeijo Rey
Carmen Gaona Pisonero

La nueva Academia del siglo XXI está formada por un conjunto de contenidos interdisciplinares que se verá desarrollado por docentes y profesionales a nivel mundial. Esta globalización de saberes pretende ser reflejada en colecciones científicas punteras, como lo es la presente, «*Innovación y vanguardia universitarias*», dentro de las *Ediciones Universitarias McGraw-Hill*, donde se recogen los contenidos que marcarán el futuro en los ámbitos de la innovación, la investigación y la docencia, pilares sobre los que asientan la nueva Economía y Universidad.

Los textos que conforman esta colección han superado el habitual proceso científico de evaluación por pares ciegos, de manera que la calidad de los mismos se halla garantizada rigurosamente ante el lector más exigente. Esta apuesta por la calidad se verá confirmada, sin duda, porque la presente colección aspira a ser referente de obligada cita en los próximos trabajos de vanguardia de los investigadores internacionales.

El presente libro está auspiciado por el *Fórum Internacional de Comunicación y Relaciones Públicas* (Fórum XXI), la *Sociedad Española de Estudios de la Comunicación Iberoamericana* (SEECI) y el Grupo Complutense (nº 931.791) de Investigación en Comunicación *Concilium*.



www.mcgraw-hill.es