

**UNIVERSIDAD RAFAEL LANDÍVAR**  
FACULTAD DE HUMANIDADES  
MAESTRÍA EN EDUCACIÓN Y APRENDIZAJE

**"HABITOS DE LECTURA Y CONSUMO DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN DEL ESTUDIANTE  
QUE INGRESA A LA CARRERA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, A PARTIR DE LAS  
CUALIDADES DEL PERFIL DE INGRESO"**  
TESIS DE POSGRADO

**MIRIAM AMARILIS MADRID ESTRADA DE VALDEZ**  
CARNET 52909-94

GUATEMALA DE LA ASUNCIÓN, AGOSTO DE 2015  
CAMPUS CENTRAL

**UNIVERSIDAD RAFAEL LANDÍVAR**  
FACULTAD DE HUMANIDADES  
MAESTRÍA EN EDUCACIÓN Y APRENDIZAJE

**"HABITOS DE LECTURA Y CONSUMO DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN DEL ESTUDIANTE  
QUE INGRESA A LA CARRERA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, A PARTIR DE LAS  
CUALIDADES DEL PERFIL DE INGRESO"**

TESIS DE POSGRADO

TRABAJO PRESENTADO AL CONSEJO DE LA FACULTAD DE  
HUMANIDADES

POR

**MIRIAM AMARILIS MADRID ESTRADA DE VALDEZ**

PREVIO A CONFERÍRSELE  
EL GRADO ACADÉMICO DE MAGÍSTER EN EDUCACIÓN Y APRENDIZAJE

GUATEMALA DE LA ASUNCIÓN, AGOSTO DE 2015  
CAMPUS CENTRAL

## **AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD RAFAEL LANDÍVAR**

RECTOR: P. EDUARDO VALDES BARRIA, S. J.  
VICERRECTORA ACADÉMICA: DRA. MARTA LUCRECIA MÉNDEZ GONZÁLEZ DE PENEDO  
VICERRECTOR DE INVESTIGACIÓN Y PROYECCIÓN: ING. JOSÉ JUVENTINO GÁLVEZ RUANO  
VICERRECTOR DE INTEGRACIÓN UNIVERSITARIA: P. JULIO ENRIQUE MOREIRA CHAVARRÍA, S. J.  
VICERRECTOR ADMINISTRATIVO: LIC. ARIEL RIVERA IRÍAS  
SECRETARIA GENERAL: LIC. FABIOLA DE LA LUZ PADILLA BELTRANENA DE LORENZANA

## **AUTORIDADES DE LA FACULTAD DE HUMANIDADES**

DECANA: MGTR. MARIA HILDA CABALLEROS ALVARADO DE MAZARIEGOS  
VICEDECANO: MGTR. HOSY BENJAMER OROZCO  
SECRETARIA: MGTR. ROMELIA IRENE RUIZ GODOY  
DIRECTOR DE CARRERA: MGTR. ROBERTO ANTONIO MARTÍNEZ PALMA

**NOMBRE DEL ASESOR DE TRABAJO DE GRADUACIÓN**  
MGTR. YADIRA IVONNE BARRIOS CACERES DE BARRIOS

**REVISOR QUE PRACTICÓ LA EVALUACIÓN**  
MGTR. MARIA HILDA CABALLEROS ALVARADO DE MAZARIEGOS

Guatemala 14 de julio 2015

Señores  
Facultad de Humanidades  
Universidad Rafael Landívar  
Ciudad

Respetables Señores:

Tengo el agrado de dirigirme a ustedes para someter a su consideración la tesis del ingeniero Carlos Miriam Amarilis Madrid de Valdez, con carnet: 52909-94, titulada "Hábitos de lectura y consumo de medios de comunicación del estudiante que ingresa a la carrera de Ciencias de la Comunicación, a partir de las cualidades del perfil de ingreso", previo a optar al grado académico de Magister en Educación y Aprendizaje.

Asimismo, por haber tenido la oportunidad de dar seguimiento a la investigación y revisar el informe final, me permito manifestarles que la misma reúne las condiciones exigidas por la Universidad Rafael Landívar y la Facultad de Humanidades para trabajos de esta naturaleza, por lo que me permito someterla a su consideración para que se proceda con la revisión final de la misma.

Atentamente,



Mgtr. Yadira Barrios de Barrios  
**Asesora**

### Orden de Impresión

De acuerdo a la aprobación de la Evaluación del Trabajo de Graduación en la variante Tesis de Posgrado de la estudiante MIRIAM AMARILIS MADRID ESTRADA DE VALDEZ, Carnet 52909-94 en la carrera MAESTRÍA EN EDUCACIÓN Y APRENDIZAJE, del Campus Central, que consta en el Acta No. 05326-2015 de fecha 29 de julio de 2015, se autoriza la impresión digital del trabajo titulado:

**"HABITOS DE LECTURA Y CONSUMO DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN DEL ESTUDIANTE QUE INGRESA A LA CARRERA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, A PARTIR DE LAS CUALIDADES DEL PERFIL DE INGRESO"**

Previo a conferírsele el grado académico de MAGÍSTER EN EDUCACIÓN Y APRENDIZAJE.

Dado en la ciudad de Guatemala de la Asunción, a los 3 días del mes de agosto del año 2015.



Universidad  
Rafael Landívar  
Tradición Jesuita en Guatemala  
Facultad de Humanidades  
Secretaría de Facultad

*Irene Ruiz Godoy*  
\_\_\_\_\_  
**MGTR. ROMELIA IRENE RUIZ GODOY, SECRETARIA  
HUMANIDADES  
Universidad Rafael Landívar**

### **Agradecimientos**

A la Universidad Rafael Landívar y a la Facultad de Humanidades por permitirme formar bajo el *Magis ignaciano* para asumir con mayor compromiso y responsabilidad el quehacer educativo.

A mi familia por el apoyo, la paciencia y motivación de cada día. A mis hijas especialmente, porque con ellas aprendo siempre algo nuevo.

A todos los que de una u otra forma me acompañaron en este proceso de aprendizaje.

## INDICE

<b>I.</b>	<b>INTRODUCCIÓN</b>	<b>1</b>
1.1	Políticas y sistemas de admisión a la educación superior	11
1.2	Elección de carrera y perfil vocacional	14
1.3	Factores a evaluar en la elección de una carrera	19
2.1	Las competencias en la Universidad	25
2.2	Perfil y formación en la carrera de Ciencias de la Comunicación	30
2.2.1	Hábitos, usos y consumo de información	33
3.1	La formación en Ciencias de la Comunicación de la URL	41
3.2	Perfil de ingreso a la carrera de Ciencias de la Comunicación	42
<b>II.</b>	<b>PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA</b>	<b>45</b>
2.1	Objetivos	47
2.2	Definición de variables	48
2.3	Alcances y límites	49
2.5	Aporte	49
<b>III.</b>	<b>MÉTODO</b>	<b>50</b>
3.1	Sujetos	50
3.2	Instrumento	51
3.3	Procedimiento	52
3.4	Tipo de investigación y metodología estadística	52
<b>IV.</b>	<b>PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS</b>	<b>53</b>
<b>V.</b>	<b>DISCUSION DE RESULTADOS</b>	<b>76</b>
<b>VI.</b>	<b>CONCLUSIONES</b>	<b>83</b>
<b>VII.</b>	<b>RECOMENDACIONES</b>	<b>86</b>
<b>VIII.</b>	<b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b>	<b>89</b>
	<b>ANEXOS</b>	<b>96</b>

## RESUMEN

El presente estudio tuvo como objetivo conocer los hábitos de lectura y consumo de medios de comunicación que poseen los estudiantes que ingresan por primera vez, a la carrera de licenciatura en Ciencias de la Comunicación, tomando como base cualidades del perfil de ingreso, relacionadas a la lectura y gusto por los medios. La investigación es de carácter descriptivo con enfoque cuantitativo y para la recopilación de información se utilizó un instrumento tipo encuesta, conformado por 27 preguntas, las cuales fueron distribuidas en las dos categorías a evaluar.

En relación a los hábitos de lectura, se identificaron los hábitos que poseen a partir de indicadores como consumo de lectura, tipo de lectura que prefieren y frecuencia de lectura. En el caso del consumo de medios de comunicación se indagó sobre prácticas habituales en el uso de medios como la televisión, periódicos, radio e internet y la preferencia, acceso y frecuencia que tienen con cada medio. El cuestionario fue respondido por 91 estudiantes que ingresaron a la carrera durante el 2015, de las jornadas matutina y vespertina.

Los resultados demuestran que existe poco hábito de lectura y básicamente sus gustos se relacionan a contenidos de entretenimiento, con poco interés en profundizar o realizar actividades de lectura comprensiva. En relación al uso de medios, se evidencia un mayor consumo por los recursos que ofrece el internet como las redes sociales y aquellos medios audiovisuales que requieren una atención más visual o auditiva, aunque es característico de las nuevas generaciones, esto coincide con el bajo hábito de lectura que poseen. Así mismo, tienen poco interés por temas de carácter social, político o económico, y su uso también se limita al entretenimiento. Por tal motivo, es preciso orientar los intereses y actividades de los estudiantes, a partir de las actividades de enseñanza y aprendizaje que se coordinan desde el ámbito docente. De esta manera será posible incidir en una trayectoria académica más eficiente, según lo requiere la carrera.



## I. INTRODUCCIÓN

La población estudiantil que ingresa a la Universidad enfrenta siempre grandes retos en su proceso de adaptación y primeros años de estudio, muchas veces debido a fallas escolares que traen de experiencias anteriores o bien a malas decisiones en la elección de carrera, lo que incide en altos índices de deserción y bajo rendimiento académico. Esto ha obligado a las instituciones a desarrollar estrategias de información y promoción que permitan la captación de estudiantes con mayor certeza y claridad en la elección disciplinar. Por otro lado, la mayoría de instituciones de educación superior realizan exámenes de admisión como requisito de ingreso a las diferentes carreras. En el caso de la Universidad Rafael Landívar, dicha evaluación se realiza de manera institucional y consiste en establecer las aptitudes de razonamiento abstracto, verbal y numérico, así como en comprensión lectora y los conocimientos en el área de matemática.

Particularmente en la licenciatura de Ciencias de la Comunicación y de acuerdo con el perfil de ingreso, se considera pertinente que el aspirante posea dominio del lenguaje escrito y oral, análisis e interés por la realidad social, además de las capacidades cognitivas necesarias para su formación. Sin embargo, no se aplican en la actualidad, pruebas específicas que permitan conocer con más detalle las características de los estudiantes.

En la actualidad se ha desarrollado estudios sobre hábitos de estudio, lectura y uso del tiempo libre de jóvenes para entender las prácticas académicas y sociales de estos y así contar con una base de conocimiento que permita generar estrategias tendientes a potenciar sus capacidades académicas y habilidades necesarias en la formación universitaria. Por lo que a través de este estudio se buscó conocer qué hábitos de lectura y prácticas de consumo mediático tienen los estudiantes que ingresan a la licenciatura en Ciencias de la Comunicación, consideradas estas como características esenciales en el perfil de ingreso a la misma.

En ese sentido, se encontraron algunos estudios relacionados a la presente investigación, tanto a nivel nacional e internacional, los cuales muestran la importancia de conocer las características de jóvenes y estudiantes, en diversos aspectos relacionados a su trayectoria de ingreso y permanencia en la universidad. En el tema particular sobre hábitos lectores no se encontraron muchas investigaciones que tomen como sujetos de estudio a estudiantes de nivel universitario. Sin embargo, fue oportuno tomar experiencias de diversos niveles para ver diferencias o similitudes en los resultados.

En ese sentido, destaca el estudio realizado por Guillermo (2013) el cual pretendía determinar el hábito de lectura de adolescentes de 13 y 14 años, estudiantes de 1° básico de un colegio católico. Las variables relacionadas con la lectura en adolescentes fueron: hábito de lectura, motivación a la lectura y estrategias para la motivación de lectura. Se utilizó una encuesta como instrumento para recolectar información. La autora determinó que los estudiantes si dedican tiempo a la lectura de 10 a 30 minutos al día y 2 veces a la semana. Respecto a la motivación se identificó que eligen un libro por el título. Las estrategias para la lectura más utilizadas por los adolescentes es buscar la idea principal, asimilar y guardar la información nueva. De acuerdo al objetivo propuesto, Guillermo concluye que los adolescentes muestran interés en fomentar el hábito de lectura con libros que tengan un título que motive a leer, manifiestan que los beneficios que se obtienen con la práctica de la lectura son de tipo personal y académico. Por los resultados mencionados la autora recomienda que los estudiantes participen en talleres de lectura que sean facilitados por el colegio, librerías, bibliotecas e instituciones académicas; con el propósito de motivar a la lectura y conocer diferentes materiales. Sugiere que tanto padres de familia como docentes, inviten al adolescente a participar en estos talleres para reforzar el hábito lector.

Por otro lado, en el 2012, Alvarez realizó una investigación para establecer qué hábitos de lectura poseen los estudiantes del noveno semestre de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala, en sus tres jornadas vespertina, nocturna y Pad (Plan de Autoformación a distancia) correspondiente a una población de 188 estudiantes. El instrumento utilizado fue una encuesta con la que se pudo

indagar sobre los hábitos lectores, motivos, cuánto leen a diario, lecturas preferidas, así como los conocimientos adquiridos con la lectura. El estudio destacó la importancia que los hábitos de lectura tienen para el desarrollo de los profesionales en Ciencias de la Comunicación, desde el inicio de su carrera. En la investigación se pudo determinar que los estudiantes no poseen hábitos de lectura, tienen poca frecuencia lectora y los que leen lo hacen por necesidad de estudio y porque sus docentes se los proponen, no porque a ellos les interese hacerlo. La autora concluye que los estudiantes necesitan la orientación por parte de los docentes para mejorar sus hábitos de lectura, sobre todo por el papel que asumen los comunicadores en la sociedad. Así mismo, recomienda realizar diagnósticos de lectura al inicio de la carrera, ya que en el caso particular de este estudio se evidencia la falta de lectura, incluso en estudiantes de último año. Por lo que es preciso implementar cursos extracurriculares que permitan fortalecer la lectura para los estudiantes de primer ingreso o para otros que así lo deseen.

En la misma línea pero a nivel internacional, se identificó una investigación realizada por Paz, Rocha, Gonzáles y Alvéstegui (2011) quienes desarrollaron un diagnóstico de competencias comunicativas de lectura y escritura en estudiantes de la Universidad Católica de Bolivia UCB, previo a su ingreso a la Universidad. El estudio se realizó a una muestra de 671 estudiantes, lo que constituyó el 55% del total de inscritos a la UCB se utilizaron diversos instrumentos para cada una de las áreas, los cuales contenían textos cortos y preguntas para evaluar la comprensión de los mismos y otros instrumentos para conocer las percepciones sobre cómo y cuánto leen y escriben, así como los hábitos de lectura. En general, los resultados indican el 84,9% de los estudiantes alcanza un rango elevado (de 61 a 100) en el nivel básico de comprensión de textos cortos y sencillos. Pero muestran serias dificultades para obtener información de un texto, lo cual podría tener repercusiones en el desempeño de los estudiantes, quienes corren el riesgo de reprobar sus materias y, más aún, abandonar sus estudios. En relación a sus hábitos de lectura, así como sus apreciaciones acerca de sus propias dificultades al leer y al organizarse en el momento de elaborar un texto escrito, la gran mayoría de los estudiantes manifiesta que le dedica el mínimo de tiempo a la lectura y un buen porcentaje de estudiantes reconoce no dedicarle ningún tiempo a la lectura. Estos datos fueron trascendentes, pues muestran que, a pesar de

haber elegido una carrera universitaria, existen estudiantes que no están habituados a leer, que dentro de sus hábitos y habilidades la lectura no juega ningún rol preponderante. Los autores concluyen que esto se convierte en un límite para la formación universitaria, pues desarrollar las competencias académico científicas de cualquier carrera implica necesariamente leer y comprender aquello que se lee. Una de la recomendación es reforzar las habilidades de lectura y escritura al ingreso de la universidad, de manera sistemática y gradual, considerando las características de los estudiantes.

A partir de estos estudios se puede evidenciar la necesidad de generar procesos de evaluación más sistemáticos para conocer cómo vienen los estudiantes del bachillerato y con ello establecer acciones que puedan fortalecer sus capacidades y propiciar un mejor rendimiento durante los años de estudio.

Continuando con los antecedentes a la presente investigación, cabe destacar el estudio realizado por Lopez-Justicia (2008) el cual tuvo como objetivo obtener un perfil de las características formativas y socio-afectivas de los estudiantes de primer ingreso de las distintas disciplinas de Educación de la Universidad de Granada en España. Participaron un total de 203 estudiantes y fueron evaluados con varios instrumentos que incluían ítems relacionados a cada una de las áreas de interés, entre ellos: aspectos sociodemográficos, datos académicos, ámbito social, como como pruebas específicas para evaluar el área instrumental de lectura, ortografía, autoconcepto y habilidades sociales. Los resultados mostraron que un buen número de estudiantes cometía errores en comprensión lectora, vocabulario y ortografía; además, un porcentaje alto presenta dificultades en el autoconcepto social y familiar y en ciertas habilidades sociales. Como aspectos positivos a resaltar, la autora encontró que los estudiantes encuentran integración en la Facultad, las buenas relaciones que establecen, la importancia que le dan al esfuerzo y la motivación para el éxito profesional, y resulto mucho más preocupante que un porcentaje muy alto no valora la disciplina o la honestidad. Por lo tanto, López-Justicia recomienda la realización de talleres o actividades para abordar la atención en las áreas deficitarias y la formación en valores y actitudes, sobre todo por la disciplina en la que se está formando, ya que más adelante se desempeñará con niños y niñas, ante los cuales será un modelo de aprendizaje.

En otro estudio muy similar, González, Luque y Bocourt (2008) realizaron una investigación de tipo descriptivo con el objetivo de identificar el perfil de los estudiantes de nuevo ingreso a la Universidad de Zulia. La población y muestra del estudio fueron 1,730 estudiantes de los 6,790 estudiantes que ingresaron a dicha Universidad y en las diversas Facultades. Los datos a evaluar se distribuyeron en ocho características: demográficas, socioeconómicas, salud, formación preuniversitaria, vocacional, así como los estilos de aprendizaje, valores y autoeficacia académica. Se utilizó un cuestionario tipo cuadernillo con 201 preguntas relacionadas para elaborar el perfil del estudiante. Entre los principales resultados de este trabajo cabe destacar que la edad promedio del estudiantado es de 17,9 años, pertenecen al estrato medio de la población, tienen buena salud, en su tiempo libre ven televisión y escuchan radio. Se perciben capaces de enfrentar las tareas académicas. En cuanto a las estrategias de aprendizaje se encontró que un buen porcentaje utilizan estrategias superficiales de aprendizaje, y presentan conductas relacionadas con la motivación extrínseca, tienen miedo al fracaso, tienen un estudio desorganizado y fragmentado. El grupo también develó que existe una gran tendencia de liderazgo y susceptibilidad para ayudar a otras personas. En el análisis individual de Facultad se pudo observar alta congruencia entre las claves vocacionales con las carreras que los estudiantes están cursando. Y finalmente se pudo determinar que los estudiantes se perciben bastante seguros de poder realizar con éxito las actividades académicas que demandan los estudios universitarios. Con relación a los valores que manejan los estudiantes resaltaron la amistad, la seguridad la libertad, autorrealización, la igualdad, entre otros.

Sin duda alguna, estos estudios muestran la importancia de indagar en aquellos factores que tienen que ver con las características particulares de los jóvenes, ya que juegan un papel fundamental en su desempeño estudiantil.

En otra experiencia internacional De Garay (2003) llevó a cabo un estudio con el objetivo de identificar el perfil de los estudiantes que ingresan a las universidades tecnológicas de México. Dicho proyecto retomó información de la investigación realizada desde 1998 en el seno de la Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior,

para lo cual aplicó un cuestionario-tipo a 21,916 alumnos de nuevo ingreso, distribuidos en las 54 Universidades Tecnológicas del país (Censo). Gracias a los resultados de este estudio, las universidades cuentan hoy con información relativa a las características socioeconómicas, educativas y culturales de los alumnos de primer ingreso y con ello construir los perfiles típicos de sus alumnos a partir de lo cual podrán diseñar e implementar distintas acciones que fortalezcan la formación integral de los mismos. Los datos arrojaron información importante, pues se evidencia que se trata de una población que en su gran mayoría proviene de familias de escasos recursos económicos y con bajos niveles de escolaridad de sus padres; carecen en muchos casos de condiciones materiales como computadora o libros especializados para el desarrollo de sus actividades académicas y carecen de una serie de hábitos de estudios que por distintas razones no fueron enraizadas en el bachillerato. El autor concluye que el principal desafío que enfrentan los profesores y autoridades es generar las condiciones suficientes para formar a los técnicos de nivel superior. Además, recomienda dar continuidad en el estudio de trayectorias, así como la necesidad de conocer a los egresados de las Universidades Tecnológicas, ya que en la medida que se logre tener mayor información sobre el perfil de los estudiantes y sus trayectorias escolares, las autoridades y el profesorado estarán en mejores condiciones para diseñar e implementar diversas políticas que atiendan a su población.

Otros estudios hacen referencia a la importancia que tiene hoy en día el conocimiento de los futuros profesionales en el área de comunicación. Ortíz y Rodríguez (2011) realizaron una investigación para conocer el perfil de entrada de los alumnos de grado en las Facultades de Comunicación de las Universidades de Madrid. El estudio pretendía dibujar un retrato robot de los futuros alumnos sobre los diferentes motivos que le impulsaban a realizar estos estudios, su relación con los medios de comunicación y el nivel de influencia que en ellos ejercen, así como sus expectativas profesionales y universitarias. La muestra de estudio fueron trescientos alumnos que se iban a matricular en alguna de las Universidades de Madrid y que participaban en un curso de verano la Summer Media School, cuyo objetivo era su alfabetización multimedia y su familiarización con los procesos productivos en los media, así como el acercamiento y familiarización de los alumnos con el entorno universitario y la realidad profesional del Periodismo y la

Comunicación, a quienes se les pasó un cuestionario de 34 preguntas y adicionalmente se seleccionaron otros 12 alumnos, por Grados en Comunicación (Periodismo, Comunicación Audiovisual o Publicidad), quienes asistieron a un focus group cualitativo para profundizar en aspectos del cuestionario. Entre los principales hallazgos puede mencionarse que en general, sus intereses son relativamente vocacionales, les gustan los contenidos de los medios y creen que con su trabajo pueden contribuir a un mundo mejor. Los referentes profesionales de estos futuros comunicadores están entre los profesionales que trabajan en los medios de comunicación generalistas o convencionales. La prensa escrita y la televisión son los dos medios de comunicación a los dan mayor credibilidad. Son conscientes, de que los medios de comunicación determinan su consumo, sobre todo la televisión, aunque los medios que más influyen difieren según el perfil de estudiante. En cambio, los medios de comunicación no condicionan su opción política. Los nuevos alumnos de los Grados en Comunicación creen que la combinación de la teoría y la práctica es la mejor herramienta para formar a los futuros comunicadores. En general, son optimistas con su futuro profesional, aunque lo vinculan a su talento y a su preparación.

En otro estudio similar, Toribio (2011) realizó el trabajo de investigación para conocer las expectativas profesionales de los estudiantes de la escuela de Ciencias de la Comunicación de Santo Domingo, República Dominicana y con ello saber si realmente están interesados en brindar un servicio a la sociedad o sólo quieren ser entes de reconocimiento público. La autora plantea que a medida que han ido evolucionando los medios de comunicación, gracias a las nuevas tecnologías de la información, aumentó el número de personas interesadas en ejercer en éstos, y las universidades han detectado este interés y de alguna manera, el fenómeno abre la brecha de la duda de por qué los jóvenes estudian Comunicación Social. En ese sentido se planteó varias interrogantes en relación a las creencias, motivos y expectativas profesionales que predomina en los estudiantes y su desempeño como Comunicadores. La investigación tomó una muestra representativa de 367 estudiantes de Comunicación Social de las Universidades Autónoma de Santo Domingo, Organización y Método, Católica de Santo Domingo, Tecnológica de Santiago, Católica Madre y Maestra y de la Tercera Edad. Así mismo, tomó en cuenta la opinión de docentes, directivos, egresados y empleadores. Pudo concluir que la mayoría de los

estudiantes eligen la carrera porque les gusta, pero los motivos por los que los estudiantes desean trabajar en los medios de comunicación varían, entre ellos porque buscan expresar sus ideas y en menor medida, brindar un servicio a la sociedad. Los directores de carrera afirman que los estudiantes demandan más preparación en las áreas audiovisual y corporativa; los docentes encuestados sienten a los estudiantes interesados y motivados en las materias, pero el desempeño en las clases lo califican medianamente. Finalmente los estudiantes consideran que saldrán de la universidad preparados para el mercado laboral y los empleadores califican como bueno el desempeño de sus empleados. La autora recomienda brindar información oportuna sobre los diversos campos en los que se puede desempeñar un comunicador, así como las exigencias y responsabilidades que requiere dicha profesión.

Iglesias y González (2012) desarrollaron una investigación descriptiva acerca del consumo y uso de los medios en los jóvenes de la Universidad de Alicante (UA). La metodología consistió en la realización de una encuesta a los alumnos de primer curso del Grado de Publicidad y Relaciones Públicas, en la que participaron participado 262 alumnos. El objetivo principal de esta investigación fue describir el consumo de los medios de comunicación (prensa, radio, televisión e Internet) en los jóvenes universitarios. Las autoras pudieron concluir a través de los datos obtenidos que, en general, el consumo de medios de comunicación se centra en la televisión e Internet, como los medios más usados por la mayoría de los alumnos encuestados. Adicionalmente este consumo que se hace es casi exclusivamente por razones de ocio y entretenimiento. En el caso de otros medios como periódicos es poco utilizado para informarse, y si los leen es porque les regalan los ejemplares o su acceso es gratuito (ciber periódicos), o los compran en la casa. Las noticias de actualidad les parecen aburridas. En el caso de la radio sigue los mismos parámetros, es un medio utilizado para actividades de ocio, concretamente la de escuchar música. Son pocos los encuestados que admiten utilizar este medio para informarse. A partir de estos datos, sugieren entonces que los jóvenes actuales son completamente nativos digitales, que han crecido en un contexto mediático y tecnológico, pero eso no quiere decir que no tengan carencias en competencias y habilidades mediáticas, sino por el contrario son los docentes los que deben ampliar las posibilidades de utilizar las herramientas tecnológicas en el



desarrollo de las materias. Desde luego evaluando y planificando el uso adecuado de cada una de ellas.

Por otro lado, Herrera y Burgoa (2013) llevaron a cabo un estudio en el que se plantearon varias hipótesis, por un lado establecer si la elección de la carrera como primera opción ha sido por gusto y deseo de estudiar dicha carrera en comparación por algunos otros factores que determinaron su elección, entre ellos el perfil vocacional, la motivación, el ambiente universitario, la imagen personal y la propia percepción, a tal forma que esta repercute en el rendimiento académico de los estudiantes al considerar que poseen habilidades y aptitudes para el desempeño de su formación educativa. La investigación de carácter cualitativa y descriptiva, se apoyó de diversos instrumentos para construir uno solo que permitiera dar respuesta a las hipótesis planteadas, entre ellos: Estrés Universitaria, Valores de Allport (identifica los valores de los estudiantes para ser integrados en la sociedad); la Técnica de los diez deseos (utilizada para determinar las motivaciones que tiene un individuo y las relaciona con su profesión; y por último la Teoría del Capital Humano, para identificar la incertidumbre y riesgos que respecta al futuro de los individuos de acuerdo a la elección de la carrera. La muestra fueron 301 estudiantes de las diferentes Facultades de la Universidad Autónoma de Nuevo León. Los autores pudieron concluir que la elección de la carrera como primera opción ha sido por gusto propio de los estudiantes, es decir, que manifiestan tener las habilidades y actitud que exige la carrera; la percepción que tienen los estudiantes encuestados sobre la percepción del perfil vocacional, impacta en ellos como una fuente de motivación en su rendimiento académico para poder concluir su licenciatura y finalmente consideran que la imagen personal de los alumnos influye de manera positiva en sus relaciones con los demás compañeros y por ende esto les permite tener redes sociales que les será de mayor o menor conveniencia mediante la ética y los valores que les concede para poder tener una buena relación entre sí, procurando tener su propia identidad universitaria y concluirla satisfactoriamente.

Cada vez se torna más importante la reflexión sobre la formación de comunicadores sociales, esto debido a las habilidades de desempeño profesional que se requiere en el área, sobre todo por el constante cambio en los medios y formas de generar comunicación.

En este sentido, Benassini (2011) escribe un artículo titulado “Escuelas de comunicación en México: ¿realidad o imaginario social?” en el que analiza el desarrollo de la oferta educativa de comunicación en el país y el imaginario o construcción social que se tiene acerca del ejercicio profesional del comunicador. Plantea además, la insuficiencia de diálogo que existe entre la universidad, el mercado laboral y la sociedad en general, en cuanto al tipo de información/conocimiento generada por las instituciones respecto a su licenciatura, de si es veraz o simplemente atractiva para los estudiantes. Es decir, si se presenta los aspectos reales en cuanto al ejercicio profesional, los diversos campos de trabajo, el prestigio institucional, trayectoria de los egresados etc. O bien existe un imaginario de construcción simbólica en académicos, estudiantes y aspirantes potenciales a ingresar a las licenciaturas en comunicación. Indica que este imaginario es alimentado también por los medios y diversos grupos de referencia, que no siempre es compartido por los empleadores. Ellos tienen los suyos concentrados en un abanico: desde quienes tienen una percepción reducida de las posibilidades del ejercicio profesional del comunicador. La autora concluye que cada institución debe asumir el reto por contar con escuelas de comunicación, procurando ofrecer la información real de las carreras, sobre la propia realidad disponible en relación al abanico de posibilidades que ofrece la carrera, sin dejar de tomar en cuenta información relevante que pueden proporcionar egresados y empleadores.

En otro estudio Becerra (2007) describe la necesidad de analizar la importancia que tienen los medios de comunicación masiva para los jóvenes actuales, ya que las instituciones universitarias no realizan diagnósticos para abordar este tema. Por tal motivo, desarrolló una investigación cualitativa orientada a indagar las prácticas mediáticas de estudiantes de licenciatura y los simbolismos vinculados a ellas. Los datos se obtuvieron a través de grupos de enfoque con estudiantes de Ciencias Sociales y Humanidades de la Universidad Autónoma de Nayarit en México. Los resultados mostraron que sus prácticas mediáticas están vinculadas a elementos simbólicos que derivan principalmente, de las actividades y necesidades que tienen como jóvenes y estudiantes de Nayarit. Becerra pudo concluir que para los jóvenes estudiantes los medios de comunicación masiva son ventanas de acceso a todo tipo de información, sobre todo a aquella que no pueden conseguir de primera mano

desde su localidad; son lugares donde pueden resolver uno de sus deberes principales: las tareas académicas; pero también son espacios de goce y disfrute, de unión con sus grupos de convivencia y de práctica de su independencia. De igual forma, los jóvenes han incorporado los avances tecnológicos a sus estrategias para resolver las labores escolares, por lo que permanecen expuestos a los medios una elevada cantidad de horas de manera cotidiana, de tal manera que sus prácticas mediáticas les permiten una relación de elementos simbólicos derivados de imaginarios y representaciones sociales, que están ligados a los roles sociales que juegan y al contexto histórico social en que viven. La autora recomienda que las instituciones de educación superior indaguen más sobre los consumos mediáticos de sus estudiantes y sus prácticas culturales, no sólo como información sobre su perfil, sino para ampliar el conocimiento de los jóvenes actuales.

Los estudios anteriores evidencian la importancia de generar procesos y mecanismos para conocer a los estudiantes que ingresan a una carrera universitaria, ya que en la medida que se cuente con información sobre sus características, necesidades e intereses, pueden diseñarse estrategias educativas más eficaces para alcanzar una mejor trayectoria escolar. Las experiencias dan cuenta de los factores que intervienen en la elección de una carrera, pero a la vez de las expectativas que tienen los estudiantes a la hora de elegir una carrera. Especialmente coinciden que los jóvenes cada vez más están rodeados de nuevas tecnologías e información, lo cual define nuevos perfiles estudiantiles que deben ser tomados en cuenta desde el quehacer educativo.

### **1.1 Políticas y sistemas de admisión a la educación superior**

Las instituciones de educación superior representan hoy en día la mayor inversión que una persona puede hacer, ya que se constituyen en una fuente esencial para la formación continua y desempeño social de aquellos que tienen acceso a ella. Por lo tanto, el principal reto de la educación superior es formar estudiantes con competencias básicas para cursar cada uno de los niveles que le corresponden, lo que requiere mayor dinamismo y actuación eficientes. En los últimos años las instituciones universitarias han experimentado un incremento en sus matrículas, fruto de las constantes exigencias económicas, globales y

tecnológicas que requieren mayor potencial humano con capacidades fundamentales para desempeñarse en diversos campos profesionales.

Este incremento ha exigido a las universidades contar con políticas de admisión que buscan regular el ingreso de los estudiantes, como criterio de selección mínimos en la admisión de los aspirantes.

En América Latina, la actual demanda por la educación superior ha promovido un proceso de diferenciación, que se ha manifestado en la creciente diversidad de sistemas universitarios y oferta académica, sobre todo privada. Según el Informe sobre la Educación Superior en América Latina y el Caribe citado por Rama (2006), este aumento representa también un proceso de masificación estudiantil, ya que a partir del año 2000 se visualiza un incremento adicional de casi 135 mil nuevos alumnos por año. A partir de ese año el incremento anual en la región, en términos absolutos es de unos 835 mil alumnos frente a los 700 mil del periodo 94-99. En total, entre 1994 y el 2003, la matrícula aumentó en 83%, y ha permitido superar el techo de 15 millones.

De acuerdo con los datos del Centro Interuniversitario de Desarrollo (2011) hasta el año 2010, en Guatemala existían 13 universidades de las cuales una es pública y 12 son privadas. En un apartado sobre la Educación Superior en Guatemala, destacan que las instituciones de educación superior privadas han mantenido sus mismas políticas y procedimientos de acceso durante el periodo 2005 a 2010. El esquema es similar y los requisitos que piden la mayoría de las instituciones son título de educación secundaria, aprobar el examen de admisión, que dependiendo de la carrera que el estudiante quiera, puede incluir las siguientes áreas: lenguaje, matemáticas, química, física, y demostrar dominio del idioma español.

No obstante, en Guatemala si bien si han aumentado los esfuerzos por llevar educación a todos, aún no es suficiente, porque los aprendizajes presentan muchas deficiencias, especialmente en las áreas de lenguaje y matemática (PREAL, 2008). Por consiguiente

esta realidad se ve reflejada en los resultados de evaluaciones de los estudiantes que logran ingresar a las diversas universidades del país.

Este incremento y demanda de estudiantes requiere que las universidades presten más atención a los procesos de admisión, no como algo excluyente o elitista que privilegie el ingreso de alumnos, según su procedencia cultural o educativa, sino por las capacidades e intereses que tengan para desempeñarse en determinada carrera.

Según Juarros (2006) “la selección luego del ingreso tiene lugar en función de los resultados académicos que los estudiantes obtienen esencialmente en los primeros años de sus carreras, resultados que reincidentemente se corresponden con las condiciones socioeconómicas de origen y muy frecuentemente con sus trayectorias educativas anteriores” (p. 70). Sin embargo, afirma que son pocos los estudios que se realizan para seguir conociendo acerca de las trayectorias escolares de estos estudiantes que ingresan y pocos indagan sobre las motivaciones que poseen en la elección de una carrera universitaria.

Como indica Achaerandio (2010), las nuevas corrientes educativas buscan la formación de competencias, combinadas en conocimientos, actitudes, habilidades y valores que formen a un estudiante de manera integral. No obstante, aún existen deficiencias en los niveles de capacidad lectora y razonamiento matemático de los estudiantes, lo que incide en el rendimiento académico de los estudios universitarios. Por lo que debe trabajarse en programas que atiendan preuniversitariamente o en el primer año de estudio, algunas de las deficiencias que traen los estudiantes desde la secundaria.

Es preciso mencionar que en Guatemala la formación en los niveles primario, secundario y diversificado son deficientes en la mayoría de institutos y colegios. La pruebas que realizó el Ministerio de Educación a estudiantes de nivel diversificado en el año 2012 para medir el logro en lectura y matemática develó que de un total de 137,466 estudiantes de diversificado el 92.70% reprobó en matemática, mientras que en lectura el 75% no llegó al

puntaje mínimo. Esto, según datos de la Dirección General de Evaluación e Investigación Educativa (Ruano, 2013).

Esto exige precisamente responder también a las características y necesidades de los estudiantes y sus contextos, como un componente esencial que tiene maneras diferentes para que adquieran conocimientos y habilidades necesarios en su desempeño académico. Como indican Blackemore y Frith (2008), es necesario lograr una re organización cerebral a través de la activación de sus presaberes, corregir sus conocimientos para fortalecer su cerebro, propiciar espacios y programas que permitan a la persona conocer sus potencialidades, desarrollarlas y empoderarlas sobre la capacidad que tienen en sus procesos de aprendizaje.

## **1.2 Elección de carrera y perfil vocacional**

La elección de una carrera se convierte en una decisión importante para la vida de un joven, ya que le permitirá formarse para hacer frente a las demandas sociales y profesionales del futuro. Por lo tanto, debe ser un proceso reflexivo en el que cada individuo analice las propias habilidades vocacionales y encontrar las áreas que le permitan continuar desarrollándose para su propia satisfacción personal. Como indica Marcuschamer (2008) en la medida que un individuo sea consciente de su identidad vocacional y ocupacional, asumirá mayor compromiso y entrega en las tareas que desarrolle a futuro, por lo tanto, alcanzará esa satisfacción personal y profesional que espera.

Rodríguez (2003) indica que la elección profesional generalmente está determinada por situaciones que a la persona le gusta realizar y que desde luego se encuentran alejadas de aquellos por las que no tiene ningún gusto. Adicionalmente, considera que las tareas que cada individuo realiza para alcanzar sus objetivos, influyen también en la selección del desarrollo profesional. El autor propone algunos factores significativos del desarrollo profesional y elección de una carrera, como por ejemplo:

- a. **La cultura, la raza y la clase social.** Básicamente se refiere a las expectativas y movilidad social que la carrera elegida le permita. A su vez estas expectativas están condicionadas por otros factores influyentes como la familia y la escuela, ya que son los entornos socioculturales que regulan y norman la actividad de la persona; el contexto o entorno social, en donde se visualizan las oportunidades laborales y sociales; la pertenencia a una clase social que desde la profesión y los ingresos se puedan adquirir; y finalmente la percepción que se tiene de sí mismo y si esta coincide con la que otros tienen hacia él.
- b. **La edad y la madurez vocacional.** La elección profesional muchas veces se toma a edades muy tempranas y aunque no todos los jóvenes son iguales, algunos no tienen la suficiente madurez para tomar la decisión. Este factor debe verse asociado a la formación pre vocacional que reciba, de tal manera que cuente con suficiente información para empezar a cimentar sus preferencias profesionales.
- c. **Los valores.** Los valores están asociados a la conducta personal o grupal de la persona, provenientes de su interior y de las interacciones con su entorno familiar, escolar o social. Por lo tanto, estos valores le permiten comprender los sucesos que le rodean y cómo le afectan personalmente, a través de un proceso cognitivo, afectivo y conductual. Es decir, de acuerdo a los valores que la persona posea, así será su forma de proceder y adquirir un papel social en el proyecto de vida que se plantea. “De lo que la persona valore, dependerá su elección profesional en un elevado porcentaje” (p. 47).
- d. **El concepto de sí mismo.** El propio concepto y las opiniones que se tienen sobre sí mismo constituyen la construcción del propio proyecto de vida personal, porque el individuo visualiza un yo real y debe hacerlo coincidir en con el ideal. “La persona escoge ocupaciones cuyas características van a permitirle desarrollar un papel que va a ser congruente con el concepto que tiene de sí mismo” (p. 50).

Es importante señalar que estos elementos generan una identidad vocacional relacionada a cómo el sujeto se autopercibe en una posible inserción laboral o de trabajo. Esta autopercepción incluye aspectos positivos y negativos, que pueden estar estructurados por

una secuencia de sucesos de diversa índole, como por ejemplo relacionados al contexto histórico o a las circunstancias personales de vida (Casullo, 1994).

Muchos son los factores que inciden en los motivos por lo que los jóvenes deciden continuar una carrera a nivel superior. Papalia, Wendkos y Duskin (2009) indican que los valores y aspiraciones que tienen los padres ayudan también a moldear los intereses profesionales de los estudiantes, incluyen también la capacidad, personalidad, escolaridad, nivel socioeconómico, las experiencias de vida y los valores de autoeficacia. Al respecto y sobre la conducta vocacional Pérez, Pássera, Olaz y Ozuna (2005) consideran que la Teoría Social Cognitiva de Albert Bandura es esencial para comprender cómo diversos criterios internos de un autosistema, tienen funciones precisas que permiten autorregular los pensamientos, sentimientos y acciones del individuo. Para los autores, uno de estos principios fundamentales es la autoeficacia, definida esta como “las creencias de las personas acerca de sus capacidades para alcanzar niveles determinados de rendimiento” (Bandura citado en Pérez y otros, 2005, p. 41).

Estas creencias de autoeficacia se forman a partir de la información aportada por las experiencias cognitivas que realiza el individuo, ligadas a las propias capacidades de realizar determinadas actividades exitosamente. Es decir, en la medida que se sienta capaz y con una alta autoeficacia, tendrá mayor confianza para alcanzar el éxito deseado. Esto está muy ligado al desarrollo de las metas, pues le permite tener la determinación de asumir ciertas actividades para alcanzar unos resultados a futuro (Rodríguez, 2003).

La construcción de un proyecto de vida está relacionado a la forma en que se ha constituido la vida de cada persona y a características psicosociales que le rodean como su propia identidad, las representaciones sociales, la dinámica familiar y la visión del trabajo y empleo. Como indica Woolfolk (2006) la autoeficacia está relacionada hacia futuro y es afectada por diversas fuentes:

- **Experiencias de dominio:** relacionada a las propias experiencias al enfrentar una tarea, los éxitos incrementan la eficacia y los fracasos las disminuyen.



- **Experiencias vicarias:** logros que son modelados por alguien más y tienen impacto en la autoeficacia.
- **La persuasión social:** relacionado al discurso o retroalimentación de otros respecto al desempeño.

En este sentido, si la autoeficacia elevada fomenta la motivación, y las personas tienen pensamientos optimistas acerca del futuro estos valores están vinculados a las necesidades y metas que tiene el individuo. Continuando con Rodríguez (2006) “existe un tipo de tareas de desarrollo que condicionarán el enfoque en la construcción de un proyecto de vida profesional, que generalmente los adolescentes en 12 y 18 años pueden realizar” (p. 53):

- Conseguir nuevas y más maduras relaciones entre compañeros de ambos sexos.
- Conseguir desempeñar el rol masculino o femenino.
- Conseguir la independencia emocional respecto a los padres y los adultos.
- Seleccionar y prepararse para una ocupación.
- Desarrollar habilidades intelectuales y conceptos necesarios para los retos sociales.
- Desea y conseguir una conducta social responsable.
- Adquirir un conjunto de valores y un sistema ético como guía para la conducta.

Sin embargo, las que más interesan para la construcción del proyecto profesional es la de elegir y prepararse para una profesión. En este sentido, el objetivo es escoger una profesión para la cual posea aptitudes y prepararse en competencias necesarias para ella. Existen dos circunstancias personales previas a la planificación de la vida profesional: la manera en que un individuo juzga el éxito profesional y a las razones que lo motivan a trabajar como la necesidad al logro, seguridad personal, identificación con instituciones, estatus de ciertas profesiones, entre otros (Rodríguez, 2006).

Para Casullo (1994) un proyecto de vida forma parte del proceso de maduración afectiva e intelectual del ser humano, y como tal supone complementar cuatro tareas básicas:

1. Ser capaz de orientar sus acciones en función de algunos valores que orientan los comportamientos como el universalismo, la benevolencia, tradición, poder, logro, estimulación, autodirección, entre otros.
2. Aprender actuar con responsabilidad para ser consecuente con las propias decisiones y con las de otros.
3. Desarrollar actitudes de respeto en la convivencia con los otros, considerando las diferencias individualidades y grupales
4. El proyecto debe estar basado en el conocimiento y la información sobre:
  - El propio sujeto, sus intereses, aptitudes, recursos económicos.
  - Posibilidades y expectativas del núcleo familiar.
  - Sobre la realidad social, económica, cultural y política en la que vive.

Un proceso de construcción de la identidad vocacional se inicia desde los comienzos de la vida y está en constante consolidación y transformación. La autopercepción que tenga el individuo en términos ocupacionales, estará mediada por los vínculos que este tenga con su familia, la escuela o un trabajo y de esa manera entenderá el pasado y proyectará su futuro. “Es importante reconocer que, si se trata de analizar cómo se construye una identidad ocupacional sana, no se debe ignorar el rol que desempeñan los medios de comunicación en sus distintas formas, así como las crisis y confusiones existentes en el mercado de trabajo y el nuevo orden económico global que ofrece un panorama difícil para vastos sectores sociales” (Casullo, 1994, p. 17).

Finalmente Rodríguez (2006) muestra que el individuo necesita algunas destrezas o competencias para construir un plan de acción que le permita tomar la decisión del proyecto de vida, entre ellas:

- a. Destrezas para ser consciente de los propios atributos: ser capaz de evaluarse a sí mismo, sobre las aspiraciones personales.
- b. Competencias para planificar: visualizar el futuro, identificar objetivos y los pasos que deben darse para conseguirlos.

- c. Aptitudes para buscar información: identificar requisitos de información y las fuentes idóneas para obtenerla.
- d. Habilidades comunicativas: construir su propio plan y compartirlo de manera oral y escrita, en lugar de aceptar los planes de los demás.

Por lo tanto, la planificación del proyecto es una herramienta que le permite a las personas satisfacer sus necesidades y objetivos individuales, en el que podrán ampliar sus potenciales, a partir del conocimiento de sus propias aptitudes, intereses, competencias y habilidades para alcanzar la autonomía que desean (Rodríguez, 2006).

### **1.3 Factores a evaluar en la elección de una carrera**

La decisión profesional es un proceso, que debe ser consciente por la persona que lo asume, ya que le estará preparando para enfrenar las demandas sociales del futuro y desde luego para alcanzar la realización personal y profesional que se propone. Continuando con Rodríguez (2006) la elección del futuro profesional se ve afectada por el prestigio o estatus que la sociedad le asigna a una profesión o bien por la relación entre intereses, aptitudes, habilidades, motivaciones, tipos de personalidad o valores que tiene una persona y la interacción de experiencias vividas, por lo que para fines de este estudio, se tomarán en cuenta estos factores que como elementos que deben ser evaluados en la elección de una carrera.

#### **a. Motivaciones e intereses vocacionales**

Papalia, Wendkos y Duskin (2009) plantean que la motivación generalmente se define como un estado interno que activa, dirige y mantiene el comportamiento de una persona, por lo que estar motivado dirige hacia el logro de una meta. Algunas explicaciones de la motivación se basan en factores internos y personales como necesidades, intereses o curiosidad y otros a factores externos como el ambiente, recompensa o presión social. Para Echeverría (2008) los intereses pueden ayudar a predecir la dirección que puede tomar una persona, la profesión que va a elegir y su nivel de realización. Desde el tema vocacional,

autores con Strong y Berdie y Holland, citados por Cirino (2013) proponen que los intereses son motivaciones que dan dirección y forma a la estructura de la personalidad y que desde luego, inciden en la elección y éxito profesional.

Desde la motivación vocacional se distinguen dos áreas, la motivación laboral y la elección de estudios. En la primera se destacan las motivaciones intrínsecas como la creatividad, gusto por el trabajo y las extrínsecas como el salario o la seguridad laboral. La anticipación del futuro es por tanto importante (Echeverría, 2008). Tal como indica Mayer (2004), tanto los estudiantes, como cualquier ser humano, actúa de acuerdo a las circunstancias y motivaciones que le mueven a hacer una actividad.

En ese sentido, el autor examina tres elementos que pueden motivar a los estudiantes a trabajar mejor: la motivación basada en el interés, relacionada al deseo de estar, pertenecer o hacer algo que agrada y en consecuencia, busca la cercanía a eso; la motivación basada en la autoeficacia, referida al juicio personal que se tiene sobre la propia capacidad de responder a una situación en concreto; y la motivación basada en las atribuciones, a lo cual el autor expone cómo también el estudiante tiene una particular forma de evaluar su éxito o fracaso, tratando de establecer las causas de tal resultados. Para ello se basa en situaciones externas, como internas, aunque algunas veces mal atribuidas (Mayer, 2004).

En síntesis, se expone que las motivaciones están relacionadas con las creencias, sentimientos, interpretaciones que poseen los estudiantes, y sus propias capacidades cognitivas para hacer frente a las situaciones de aprendizaje y el logro de la metas. Woolfolk (2006) asegura que las metas motivan a los individuos a actuar para reducir la discrepancia entre dónde están y dónde quieren estar, es decir siempre hay una visualización a futuro.

En cuanto a los intereses, se dice que estos evidencian estabilidad a través del tiempo y que son aspectos de la personalidad. Holland, citado por Cirino (2013) propone que el desarrollo de preferencias por determinadas actividades, están influenciados por las relaciones familiares y al ambiente en que se tienen, adicionalmente por las habilidades que

una persona cree tener, la expectativa de realizar una actividad y la expectativa de obtener satisfacción al realizarla. Así mismo Aiken (2003) indica que los intereses vocacionales, y por ende la elección de una carrera proviene de las relaciones que se tienen en el ambiente familiar, de participar en diferentes actividades y de modelos de personas que son importantes para el individuo.

Las carreras o profesiones pueden ser motivantes si son seleccionadas apropiadamente, por ello es fundamental identificar los intereses, ya que para algunas personas es fácil encontrar la carrera que les interesa y otras requieren de ayuda de orientadores. Diversos autores especializados en el tema han desarrollado una serie de inventarios de intereses, actualmente existen 80. Sin embargo, los propuestos por Strong, Campbell y Kuder (KOIS) permanecen como las pruebas más utilizadas en la práctica (Kaplan y Saccuzzo, 2005).

Aiken (2003) indica que el inventario de intereses no pronostica el desempeño escolar, pero si contribuyen a pronosticar la selección vocacional, así como la satisfacción personal hacia lo que se eligió. El autor al igual que Kaplan y Saccuzzo describe diversas formas de orientar los inventarios. Para ello, también toma en cuenta las orientaciones de los test de Kuder y Strong quienes proponen el uso de instrumentos que contengan reactivos con enunciados sobre actividades asociadas al área que interesa evaluar y donde la persona puede responder su agrado o desagrado hacia tal evento. Adicionalmente incluye los modelos de Holland, pues estos han estado sobre todo orientado a los intereses y elección de carrera, además de incorporar algunos elementos asociados a la personalidad, habilidades y datos sobre ocupaciones.

El uso de estas escalas permite representar los intereses de una persona. Cirino (2013) indica que lo que mide un inventario depende del contenido de sus reactivos, el tipo de alternativas de respuesta y cómo se interpretan los resultados. Para fines de este estudio se busca desarrollar una serie de reactivos generados a partir del perfil de ingreso a la licenciatura en Ciencias de la Comunicación.

## **b. Actitudes y valores**

La toma de decisión en relación a una carrera está influida por los sistemas de valores, por la cultura la edad, y las destrezas personales propias de cada individuo, influenciadas por los ambientes y contextos en los que se desenvuelve. Sin duda, “existen condicionantes de la personalidad que marcan enormemente la toma decisiones y el desarrollo de la carrera como el insuficiente estudio de la situación, la indecisión, el excesivo perfeccionismo, la precipitación, el miedo a equivocarse, la falta de metas, entre otros” (Iriarte, 2004, p. 6).

“Una *actitud* es una predisposición aprendida para responder positiva o negativamente ante una situación, un objeto, una institución o una persona en particular. Como tal, consta de conocimientos cognoscitivos (conocimiento e intelectuales); afectivos (emocional, motivacional) y de desempeño (conductual y de acción). El termino *valor* se refiere a la importancia, utilidad o mérito asociado a ciertas actividades y objetos, por lo regular como fines, pero también como medios” (Aiken, 2004, p. 294).

Según Morris y Maisto (2005) las actitudes “son como la organización relativamente estable de creencias evaluativas, sentimientos y tendencias de conducta hacia el objeto” (p. 571). Las creencias se refieren a los hechos, opiniones y conocimiento; los sentimientos abarcan odio, amor, desagrado y las conductas se refieren a las inclinaciones para actuar de cierta manera respecto al objeto.

De acuerdo con Aguirre (1996) en cuanto a la actitud frente a la elección vocacional se suele diferenciar tres componentes:

- **El componente cognitivo:** aplicado a la elección de estudios o profesión es la percepción de la situación laboral, de trabajo, de remuneraciones, etc.
- **El componente afectivo:** considera los sentimientos y pensamiento que los estudios o trabajo despiertan en los sujetos.
- **El componente conductual:** tendencia o disposición a elegir tal trabajo o estudios.

Para Mora (1998) las actitudes son representaciones psicológicas de la influencia de la sociedad y la cultura y representan parte importante de la personalidad del individuo, además es un estado mental de disposición que influye en la persona para que reaccione de determinada manera, ante las situaciones u objetos con los que se encuentra relacionado.

La medición de actitudes se realiza mediante escalas y existen infinidad de modelos que permiten obtener información necesaria, desde la observación directa hasta la aplicación de instrumentos más específicos. Estos instrumentos permiten la incorporación de enunciados positivos o negativos concernientes a determinadas situaciones, generalmente son utilizadas las escalas tipo Likert. Morales (2006) insiste en que la medición de actitudes puede ser una actividad didáctica que permita la reflexión antes las propias actitudes y destaca que su estudio estará referido hacia una tendencia afectiva (información, creencias), afectiva (gusto, disgusto) y conductual (tendencia a la acción), tal como indica Aguirre.

Desde esta concepción estructural se establece el diseño de escalas, pues en este caso lo que se mide son sus manifestaciones, es decir reacciones valorativas ante opiniones referidas a creencias (no conocimiento), sentimientos o conductas (Morales, 2006).

Por otro lado, los valores han sido definidos de varias formas, pero todos los conceptos tienen un énfasis orientado hacia el mundo laboral o de desempeño. Rodríguez (2006) afirma que los valores pueden ser vistos como manifestaciones culturales influidas por las necesidades que provienen del interior de la persona, pero la hora de construir un proyecto profesional son importantes porque estimulan las pautas conductuales de las personas. Es decir, orienta los objetivos y las metas y serán cambiantes en relación a las experiencias que viva la persona y sobre todo a la madurez personal y profesional que vaya adquiriendo.

Garza (2004) indica que los valores tienen algunas de las siguientes funciones:

- a) **Estándares y normas.** Los valores como norma de juicio y evaluación permiten fijar nuestra posición ante cualquier situación o evento. Actúan como parte central de nuestra conciencia moral, estética, afectiva y cognoscitiva.

- b) **Solución de conflictos y motivaciones.** Funcionan en los proceso de toma de decisiones, selección de alternativas y solución de conflictos.
- c) **Motivación.** Están asociados con las necesidades humanas que determinan sus motivaciones.
- d) **Defensa de la autoestima y adaptación social.** Constituyen un mecanismo de defensa del ego, ya que permiten justificar y racionalizar conductas, así como mantener o acrecentar la autoestima.
- e) **Visión del mundo.** Permite la ubicación del individuo y de la sociedad frente a sí mismos y frente a los demás mediante una comprensión del mundo en un consenso de percepción, creencias, ideas, normas, así como ideologías y cultura.
- f) **Integración, identidad y cohesión social.** Implican un compromiso de comportamiento. Crean un marco de referencia común (aprobación/desaprobación) que permite la convivencia y cohesión social.
- g) **Orientación teleológica, objetivos y metas.** Influyen en la determinación de las aspiraciones, expectativas y metas. En la determinación de lo deseable, al igual que las prioridades y compromisos entre fines alternativos.
- h) **Criterios de juicio y decisión.** Proporcionan los lineamientos mínimos suficientes para tomar decisiones por medio de preferencias que permitan la discriminación, selección y otros procesos de elección y juicio.

Por lo tanto, dependiendo de la escala de valores que posea una persona, así serán las acciones o decisiones que tome. En ese sentido, Rodríguez (2006) señala que de lo que una persona valore dependerá su elección profesional en un elevado porcentaje, ya que uno de los criterios para la decisión es la valoración de las situaciones, de los trabajos, desde la perspectiva de la elección profesional.

Consecuentemente, las actitudes y los valores son estados motivacionales que dirigen la acción y ambos determinan lo que se espera y desea (Mora, 1998). Esto significa que estudiar las actitudes y valores permite comprobar determinados efectos directivos que se producen sobre la actividad del sujeto hacia el futuro. Desde la orientación vocacional, las actitudes parecen ser más específicas, ya que según Casado (1995) dependen de los valores



ya que son organizaciones de creencias sobre determinadas situaciones que predisponen a una persona para responder de determinada forma.

Existen también varias formas de evaluar los valores, Super citado por Rodríguez (2006) contempla la medición de valores relacionados al altruismo, la estética, la creatividad, la estimulación intelectual, el logro a los resultados, la independencia, la planificación y dirección, la seguridad, las condiciones laborales, el estilo de vida y la variedad de actividades, los cuales son necesarios como intervención orientadora de los valores hacia determinada profesión.

Finalmente Casado (1995) dice que cuando se desea conocer acerca de los factores que indiquen en las decisiones de los jóvenes, es el conjunto de valores y actitudes hacia el trabajo que presenta el sujeto, sus expectativas hacia el mundo del trabajo y su motivación por la actividad laboral.

## **2.1 Las competencias en la Universidad**

Los programas educativos, además de ofrecer un alto nivel académico, con dominio teórico y práctico, especialmente a nivel universitario, deben también preocuparse por formar alumnos con habilidades, actitudes y valores que le harán crecer no solo como profesional, sino también para su vida personal. Como indica Coll (1991) es necesario contar con una estructura y diseño curricular que guíe las actividades académicas y educativas que permitirán formar a los estudiantes en competencias, con carácter integrador del conocimiento en cada uno de los niveles obligatorios. Para ello, el autor propone una serie de fundamentos y principios que deben enmarcar una propuesta curricular. Se hace referencia aquí a tres de ellas:

- a. El diseño curricular debe ser un proyecto flexible, abierto a las modificaciones y correcciones que surgen en su aplicación. Esto es fundamental, sobre todo porque deben evaluarse los contextos en los que se va desarrollando el mismo y responder a

las características de los aprendices, así como hacer las modificaciones que permitan un enriquecimiento progresivo.

- b. El diseño curricular debe reflejar una concepción constructivista del aprendizaje, donde los procesos de crecimiento personal implican una actividad mental del alumno, mediante la realización de aprendizajes significativos. Esto permitirá que realmente haya funcionalidad en lo aprendido por el alumno, pero a la vez le haga crecer como persona, con capacidades, conocimientos y competencias asimilados por su propia experiencia.
- c. Y por último, y en el marco de esta concepción constructivista, es necesario ajustar la ayuda pedagógica a las características y necesidades de los estudiantes. Esto requerirá que el proceso de aprendizaje-enseñanza adquiera distintas formas para facilitar el proceso. Adicionalmente requerirá una constante y consiente evaluación de cómo va avanzando el programa y como está siendo asimilado por los estudiantes. Ello permitirá contar con insumos para realizar los ajustes correspondientes.

A partir de los nuevos enfoques de la educación, desde las teorías socio constructivista y los aportes de los estudios cognitivos y psicológicos de la persona, se ha suscitado la necesidad de analizar lo que corresponde al currículo de estudios, ya que es a través de este que se gesta el aprendizaje, orienta las metas y objetivos de la educación, según los niveles académicos. Por tanto, una nueva concepción educadora pretende que los alumnos se formen integralmente en competencias, actitudes y valores, para lograr que el estudiante aprenda a aprender.

Zabala (2007) indica que el término competencias aparece desde la concepción empresarial, en donde una persona es capaz de realizar una tarea con eficiencia, pero desde la educación se centra en los conocimientos académicos, desde tres situaciones: *el saber hacer y saber emprender*, cómo exigencias profesionalizadas y *el saber ser y convivir*. Por lo tanto, las competencias consistirán en la formación para la vida, mediante acciones en las que se movilizan, al mismo tiempo y de manera integral componentes actitudinales,

procedimentales y conceptuales para efectuar tareas o hacer frente a situaciones diversas, de forma eficaz en un contexto determinado.

Achaerandio (2008) dice que las competencias son un conjunto integrado de conocimientos, habilidades mentales, destrezas, actitudes y valores que hacen al sujeto competente para realizarse humanamente, socialmente y laboral y profesionalmente. El autor también clasifica dichas competencias en genéricas y específicas, tomando encuentra otras experiencias que proponen desde ya, la formación por competencias, como el proyecto Tuning, el Informe Delors UNESCO, el programa PISA, entre otros. Todas estas experiencias tienen en común, el interés por la formación integral de las personas con capacidades para desempeñarse para la vida.

Así por ejemplo, a partir de las evaluaciones realizadas por el Proyecto Tuning (González y Wagenaar, 2003), se desarrollaron 30 competencias, clasificadas en instrumentales, interpersonales y sistemáticas:

#### **Competencias Instrumentales:**

- Capacidad de análisis y síntesis
- Capacidad de organizar y planificar
- Conocimientos generales básicos
- Conocimientos básicos de la profesión
- Comunicación oral y escrita en la propia lengua
- Conocimiento de una segunda lengua
- Habilidades básicas de manejo del ordenador
- Habilidades de gestión de la información (habilidad para buscar y analizar información proveniente de fuentes diversas)
- Resolución de problemas
- Toma de decisiones

#### **Competencias interpersonales:**

- Capacidad crítica y autocrítica

- Trabajo en equipo
- Habilidades interpersonales
- Capacidad de trabajar en un equipo interdisciplinar
- Capacidad para comunicarse con expertos de otras áreas
- Apreciación de la diversidad y multiculturalidad
- Habilidad de trabajar en un contexto internacional
- Compromiso ético

**Competencias sistémicas:**

- Capacidad de aplicar los conocimientos en la práctica
- Habilidades de investigación
- Capacidad de aprender
- Capacidad para adaptarse a nuevas situaciones
- Capacidad para generar nuevas ideas (creatividad)
- Liderazgo
- Conocimiento de culturas y costumbres de otros países
- Habilidad para trabajar de forma autónoma
- Diseño y gestión de proyectos
- Iniciativa y espíritu emprendedor
- Preocupación por la calidad
- Motivación de logro

En Guatemala, el Ministerio de Educación ha formulado el Currículum Nacional Base de los niveles de Educación para preprimaria y primaria, lo cual destaca la importancia de generar un proceso continuo de formación en los siguientes años y niveles de estudio. Por lo que, desde una contextualización de país, Achaerandio (2008) enfatiza algunas competencias genéricas esenciales para realizar el perfil del egresado del nivel diversificado. “Se sugieren 17 competencias genéricas (10 instrumentales, 5 interpersonales y 2 sistémicas). Todas y cada una de esas competencias tienen su razón de ser y se deben

pretender como rasgos fundamentales del perfil de egreso de todos esos alumnos, aunque algunos de ellos no aspiren a hacer estudios universitarios” (p.13).

**a. Competencias instrumentales**

1. Comprensión lectora
2. Comunicación verbal
3. Comunicación escrita
4. Pensamiento analítico sistémico y creativo
5. Pensamiento lógico, reflexivo y analógico
6. Resolución de problemas
7. Conocimientos generales básicos
8. Uso de las TIC's y gestión de la información
9. Lectura y comunicación en inglés
10. Capacidad de aprender; estrategias de aprendizaje significativo y funcional

**b. Competencias interpersonales**

1. Autoestima y automotivación; identidad
2. Comunicación interpersonal
3. Aprecio y respeto (por la ecología ambiental física y social; por la diversidad e interculturalidad)
4. Compromiso ético (solidaridad, laboriosidad, valores democráticos)
5. Trabajo en equipo; adaptación al entorno laboral y social

**c. Competencias sistémicas**

1. Investigación - acción.
2. Liderazgo constructivo

Los procesos de formación basados en competencias son muy recientes, pero su incorporación permite organizar el proceso de aprendizaje y enseñanza para la construcción de capacidades que favorezcan un desempeño exitoso de los estudiantes. De esa cuenta, la carrera de Ciencias de la Comunicación ha ido generando procesos formativos integrales que capacitan al estudiante en conocimiento, ciencia y técnica, pero

sobre todo, en su capacidad de pensamiento analítico, reflexivo y crítico, necesarios en el desempeño de su carrera.

## **2.2 Perfil y formación en la carrera de Ciencias de la Comunicación**

Las Universidades han sufrido una serie de cambios en los últimos años, debido a transformaciones tecnológicas, educativas y globalizadoras que demandan la formación de personas con competencias fundamentales en su desempeño laboral y profesional. Desde esta perspectiva, distintos autores y académicos reflexionan sobre la necesidad de formar un comunicador con capacidad para responder a las múltiples áreas que requiere su ejercicio profesional.

En los últimos años muchas Universidades de América Latina ofrecen programas dedicados a la formación académica de comunicadores, y para ello, han tenido que realizar actualizaciones en su currículo de manera que ofrezcan carreras acordes a las necesidades e intereses del momento. Como indica Castillo y Tapia (1997) las escuelas pioneras de periodismo en instituciones de educación superior surgen en Estados Unidos de Norteamérica en la primera década del siglo XX. En América Latina, las escuelas de comunicación nacen en Brasil y Argentina, en los treinta, respondiendo primeramente a la necesidad de formar profesionales para la información periodística, y posteriormente para laborar en los medios de comunicación en general.

Esta fue la visión del primer modelo de formación en comunicación, que de acuerdo con Fuentes citado en Galindo y Luna (1995) dio paso a diversos modelos que evidencian distintas etapas funcionales que han dado origen a la profesión. Una segunda etapa concibe al comunicador como un intelectual con visión humanista, dando énfasis al estudio de la dinámica sociocultural, más que de la técnica. Se prioriza formar un profesional que cuenta con conocimientos generales, incluso en otras disciplinas como la filosofía e historia. Y un tercer modelo visualiza al comunicador como científico social, centrado en la crítica a los sistemas estructuralistas. Este modelo surge a partir de los años setenta y ochenta y concentra su atención al estudio de las políticas de comunicación, el nuevo orden mundial

de la información y la comunicación, la comunicación alternativa y el impacto de las nuevas tecnologías, desde una visión teórica.

A partir de estos perfiles, la formación de comunicadores ha transitado en una misión social, ya que para Luna (1994) la carrera de comunicación está asociada a la humanidad, al mundo de las ideas, de la cultura y de las relaciones sociales, que a diferencia de una carrera de ingeniería, que por ejemplo suele centrarse al sistema productivo. Por lo tanto, las escuelas de comunicación se han preocupado porque sus egresados estén en capacidad de ser gestores y mediadores de procesos de comunicación social. Luna desarrolla el análisis de siete propuestas académicas sobre el objeto de la profesión y su articulación social, de allí que se pueda rescatar los siguientes aportes:

El perfil del comunicador debe enfatizar en las siguientes dimensiones:

- a) Debe incorporarse el estudio de diversos niveles de comunicación, desde el colectivo, pasando por el intrapersonal, interpersonal, grupal, institucional, e intercultural).
- b) Para cada uno de los niveles, deben abrirse programas de formación profesional en cada área (teoría, investigación, planificación y realización).
- c) El énfasis debe estar puesto en la solución de problemas sociales, a través de la comunicación, no en el simple manejo de medios.
- d) Debe capacitarse a los estudiantes para que como egresados contribuyan al logro de objetivos y propósitos de desarrollo. (Rota citado en Luna, 1994).

Así mismo, Fuentes Navarro citado por Luna, señala que no basta con incluir materias diversas sobre teoría y práctica para responder a las expectativas de los que desean estudiar la profesión, sino que las escuelas de comunicación deben generar una mayor articulación de la teoría para que las prácticas tengan mayor sentido y eficacia; los soportes tecnológicos deben abordarse desde el contexto político-económico y social que las genera,

con visión ética y finalmente el autor indica que el estudiante debe tener la capacidad de enfrentarse a situaciones concretas y desarticular cada una de los elementos que la componen para su comprensión. Para ello será necesario disponerle en actividades prácticas de comunicación.

En opinión de Orozco citado en Luna (1994) la carrera de comunicación exige una reclasificación de los saberes, desde una concepción cognitiva y múltiples inteligencias:

- a) Saberes nocionales: en el estricto sentido de la palabra los aspectos básicos de los procesos de comunicación.
- b) Saber hacer: habilidades y destrezas mentales y psicomotrices para producir el intercambio comunicativo.
- c) Creer: creencias y opiniones más allá del conocimiento objetivo, sobre las diversas cuestiones implicadas en la comunicación, que permitan asumir posiciones y arriesgar preguntas de investigación.
- d) Valorar: saber axiológico que permite al estudiante enfrentar las situaciones cotidianas de la profesión y su orientación social.
- e) Saber estético: más allá de la apreciación tradicional del arte, el saber estético se refiere a aquello que constituye la expresión humana y su percepción.
- f) Simbolizar: saber dar significado y sentido a los intercambios comunicativos.
- g) Saber afectivo: dominio de las emociones que se generan y mueven necesariamente dentro de los procesos comunicativos.

Finalmente Luna (1994) advierte que aunque se reconocen estas y otras dimensiones, las universidades y especialmente aquellas que forman en comunicación “deben procurar las mediaciones necesarias para que la práctica educativa no se desentienda de su responsabilidad frente a una sociedad urgida de cambios, y frente al desarrollo de prácticas comunicacionales a las que se adscriben las diversas modalidades del ejercicio profesional y dentro de las cuales adquiere su sentido”. (p. 203)



### **2.2.1 Hábitos, usos y consumo de información**

Las nuevas exigencias y contextos de las sociedades inmersas en el mundo de la información, demandan una transformación de la educación y sus procesos. La educación superior sobre todo, se enfrenta y apuesta a la formación basada en competencias y desarrollo integral para el desempeño futuro de los individuos. Esto requiere una mejor planificación metodologías y actividades docentes.

Tomando en cuenta las características que requiere la formación de estudiantes de Comunicación, este estudio pretende indagar sobre las prácticas y hábitos de los estudiantes, asociados a lectura y uso de información a través de los medios de comunicación, siendo estos elementos importantes para su proceso de formación académica y profesional. Por lo que se indagará específicamente sobre hábitos de lectura y uso de medios de comunicación.

Castells (1998) citado por Achaerandio (2003) indica que la educación de hoy en día debe permitirle al alumno generar por sí mismo una sólida capacidad intelectual entendida ésta, como la capacidad que tendrá de encontrar la información pertinente y necesaria para atender o aplicar ese conocimiento a cualquier situación que se le presente, considerando para esto criterios de significatividad, complejidad y de carácter procedimental.

En concordancia a esta propuesta, Coll y Valls (1992) destacan la importancia de desarrollar habilidades relacionadas a la búsqueda de información, pensamiento crítico y analítico, comunicación verbal y escrita, desarrollo de habilidades sociales y trabajo en equipo, entre otros.

#### **a. Hábitos de lectura**

De acuerdo con Aspe y López (1999), los hábitos son el resultado del ejercicio de actividades para poseer un bien o para lograr un fin determinado. Son disposiciones estables que la persona adquiere en la medida que va ejerciendo su libertad.

Para Frager y Fadiman (2010) “los hábitos se refieren a algún tipo de asociación aprendida entre un estímulo y una respuesta que los hace ocurrir juntos con frecuencia” (p.201) por lo que es importante conocer y especificar las condiciones que fomenten la adquisición de hábitos o prácticas, sobre todo considerando que se adquieren y desarrollan a través del proceso de aprendizaje.

Como se sabe, la lectura es y debe ser una actividad para generar aprendizajes. Una vez se desarrolla esta competencia, progresivamente se darán diversos elementos que motiven o no a realizar actividades de lectura, entre ellas académicas, de entretenimiento o simplemente para la adquisición de nuevos conocimientos. Gasol, Moras y Allen (2004) ponen de manifiesto la importancia de la lectura en la vida cotidiana, y sobre en la era de la imagen, lo medios audiovisuales y los avances tecnológicos como el internet. Esta ha aumentado y a la vez modificado sus funciones.

Comúnmente se piensa que estos nuevos avances y accesos a la información han deteriorado las habilidades de lectura. Pero como indican los autores, esto no debe confundirse con el canal utilizado, ya que en alguna medida, todos requieren una forma de lectura (Gasol y otros, 2004). Por lo tanto, lo que se requiere es adoptar nuevas medidas para enfrentar este desafío que propone la sociedad de la información y conseguir que verdaderamente los niños y jóvenes tengan las herramientas para desarrollar verdaderos procesos de lectura.

El hábito de lectura se define, según Rico (2008) desde tres maneras distintas: por un lado la utilización de la lectura como actividad normal, en donde el individuo recurre por su propia voluntad a los materiales de lectura, como acción eficaz para satisfacer sus demandas cognitivas; en segundo lugar, se trata del acto repetitivo de la lectura de un tipo de textos, es decir a las preferencias e intereses lectores; y en último lugar, es la persistencia en una manera específica de leer, o bien la forma o el estilo de lectura.

Por otro lado, Goldin y Zaid (2004) reconocen el hábito de lectura, más como una práctica social diversa (géneros, propósitos, contextos y modos) e inseparable de otras prácticas sociales (educación, ocio, periodismo, trabajo). Por lo que el hábito de lectura no depende de aspectos psicológicos o individuales, “sino de contextos sociales, institucionales o culturales en los que se desenvuelven las personas y que por consiguiente, le hacen accesible o restringen de prácticas de leer, escribir o pensar” (p. 217).

Continuando con Rico (2008) evidencia como a través de diversos estudios realizados para medir los hábitos lectores en la población, se recurre a operativizar diversos elementos:

**Frecuencia de lectura:** entendido como la autopercepción de la frecuencia con la que el sujeto lee libros por placer.

**Tiempo de lectura:** o número de horas dedicadas a la lectura por placer, habitualmente en una semana.

**Cantidad de lectura:** o número de libros leídos en un espacio temporal dado, habitualmente en año o trimestre.

**Autopercepción lectora:** entendido como la valoración del sujeto acerca de cuánto lee.

Se añaden otros elementos como la actitud, el uso, la procedencia de lo que lee. “La lectura como hábito es un proceso que se caracteriza por un aprendizaje concreto que va desde la adquisición del mecanismo lector hasta el disfrute de dicha actividad” (Rico, 2008, p. 107). A pesar de tratarse de una competencia instrumental, esta dura toda la vida.

Indagar sobre los hábitos indica Vélez (2009) permitirá tener evidencia sobre la segmentación de la población que está accediendo a la universidad y tener información para generar políticas académicas encaminadas a fortalecer las deficiencias en las prácticas o habilidades de los jóvenes en la época actual. Consecuentemente, es importante tener conocimiento acerca de las prácticas y hábitos que suelen tener los estudiantes. “Este conocimiento individual es aún más necesario en el tercer milenio en nuestro mundo globalizado y frente a las nuevas demandas de calidad que reciben las instituciones de educación superior” (Vélez, 2009, p. 172).

## **La lectura, herramienta indispensable en el proceso de aprendizaje y enseñanza**

El reto de leer comprensivamente es entender que cada vez que se realiza, se obtiene nueva información, nuevo conocimiento y mientras existe nuevo conocimiento, existen nuevos aprendizajes. Por ello, es tan importante que las estrategias que se utilizan en las aulas para desarrollar el interés de lectura, esté mediado por múltiples factores que van desde la propuestas que hace el profesor para enfrentar a los lectores en la búsqueda de esa nueva información, así como de la utilidad que los sujetos encuentren en ella (Achaerandio, 2010).

La lectura debiera ser un proceso guiado y permanente en todos los momentos de formación, pero también un proceso que implica asumir diferentes roles y responsabilidades por parte de cada uno de los actores involucrados en el proceso de lectura, tal como lo propone Palincsar y Brown citado por Solé (2004). En este sentido cabe mencionar las principales características que se deberían considerar para la enseñanza de la lectura:

- La responsabilidad de enseñar la lectura comprensiva *no es una atribución exclusiva del profesor*, sino puede ser compartida por diversos miembros del grupo lector. Es un proceso continuo.
- Las estrategias *deben enseñarse haciendo conciencia a los alumnos de la utilidad y funcionalidad* que representan en cada experiencia de lectura, así podrán utilizarse según sus necesidades o el tipo de ayuda que los alumnos necesitan para enfrentar el texto (lector-objetivos-texto). Es una actividad planificada.
- El proceso eficaz permitirá, a través de los profesores, *una etapa de instrucción y control de la lectura*, que pronto permitirá a los alumnos el *control autónomo* de su proceso.

La lectura será independiente en la medida que los alumnos utilicen las estrategias, comprendiendo en qué momento son necesarias utilizarlas. Pero adicionalmente es indispensable que durante el proceso guiado se den, de manera compartida, actividades que

permitan poner en práctica las estrategias y además, cada uno tenga espacio para mostrar la forma en que asume su lectura.

Al encontrar la utilidad de la lectura, en función de unos intereses propios por aprender, se cuenta con los recursos para realizarla (estrategias) y una actitud motivadora para enfrentarla. Como en cualquier proceso de aprendizaje y enseñanza, el maestro cumple un papel importante en la formación de sus estudiantes, pues se convierte en una guía que el alumno necesita para irse apropiando por sí mismo de las herramientas que le permitan un mejor aprendizaje. Este proceso se dice que es de construcción conjunta, porque adicionalmente también el profesor desarrolla una serie de procesos para conocer las necesidades de sus estudiantes y en base a ello desarrolla las actividades de formación que necesita reforzar. (Solé, 2004).

Carlino (2006), especialista en Psicología de la Educación presenta diversas reflexiones sobre los métodos tradicionales utilizados en las aulas universitarias y los analiza frente a las posibles nuevas formas de ver y entender la lectura y escritura como un proceso permanente en cada asignatura.

En este sentido, sugiere que los alumnos pueden hacer propios los contenidos de una asignatura a través de la lectura y escritura para construir su conocimiento activamente. Este proceso se verá influenciado por estrategias de aprendizaje que le exigen mayor esfuerzo, pues se convierte en un actor que asume diferentes roles, que planifica y organiza, que evalúa y reconstruye su pensamiento a partir de una reflexión de lo que escribe, y donde el profesor es un mediador de su proceso.

Carlino propone desarrollar estrategias participativas en un proceso sistemático guiados por los docentes. Un proceso que pone al alumno como un agente que asume diferentes roles en su propio aprendizaje, fundamentalmente a través de la activación de la lectura comprensiva y la producción y creación de textos, resultado de su asimilación y apropiación de contenidos.

Hoy en día los jóvenes están más relacionados al mundo de los medios, la tecnología y la información. Esta relación está asociada al acceso que puedan tener a dichos elementos, especialmente a los medios de comunicación, pues también de ello dependerá la información que tengan disponible para tomar decisiones.

## **b. Uso y consumo de medios de comunicación**

Recientemente se iniciaron en América Latina los estudios de consumo cultural asociados a “la comprensión del consumo como conjunto de prácticas o hábitos socioculturales en las que se construyen significados y sentidos del vivir, a través de la apropiación y usos de bienes” (Sunkel, 2006, p. 42). Así mismo, refiere al consumo como los modos de apropiación cultural y de los usos sociales de la comunicación que las personas dan a los mismos.

En este sentido, interesa conocer cómo los estudiantes que deciden estudiar una carrera de Comunicación, son receptores de los medios de comunicación y del entorno social en el que se encuentran. Martín Barbero citado en Sunkel (2006) parte de la idea de que “los medios de comunicación no son un puro fenómeno comercial, de manipulación ideológica, son un fenómeno cultural a través del cual la gente, mucha gente, vive la constitución del sentido de su vida” (p.26)

García (1995) afirma que los productos denominados culturales tienen valores de uso y de cambio, contribuyen a la reproducción de la sociedad y a veces a la expansión del capital, pero en ellos los valores simbólicos prevalecen sobre los utilitarios y mercantiles, lo que orienta al estudio de los consumidores y su apropiación de los productos y medios culturales. Entran aquí los medios como la televisión, la radio, el periódico, el internet y otros ambientes como el arte, el teatro y los museos. Hablar de consumo mediático significa delimitar a los hábitos que realizan las audiencias con los medios de comunicación masiva.

Sunkel (2006) señala que aunque existe ausencia de estudios sobre los consumos culturales o mediáticos, estas se han incrementado debido a la expansión de los mismos medios, centrando la atención sobre qué hacen los receptores para apropiarse de los consumos que realizan. Como indica García citado por Sunkel, se deben tener en cuenta diversas conceptualizaciones sobre ese consumo: como el lugar donde los grupos sociales compiten por la apropiación del producto; como lugar de distinción simbólica; como sistema de integración y comunicación; y como proceso de objetivación de los deseos, aunque estos no son suficientes pero llegar a concluir con la perspectiva de que el consumo “es el conjunto de prácticas socioculturales en la que se construyen significados y sentidos del vivir a través de la apropiación y uso de bienes” (p. 23).

Por ello, resulta oportuno conocer cuáles son los hábitos y usos que realizan los jóvenes en cuanto a medios de comunicación, uso de tecnologías, entre otros, ya que estos tienen una presencia transversal en las experiencias sociales y culturales de los jóvenes (Muñoz, 2008). Así mismo, permite reflexionar acerca de los modos de ver, leer y usar esos consumos, relacionándolos a su vida cotidiana.

Tal como lo indica la Comisión Económica para América Latina y el Caribe -CEPAL- y Organización Iberoamericana de la Juventud -OIJ- (2004), la juventud tiene proporcionalmente mayor participación en redes digitales que otros grupos, y también más acceso a información, debido a su nivel de escolarización y de consumo de los medios de comunicación, aunque suelen participar menos de espacios decisorios de la sociedad, lo que genera expectativas de autonomía, pero que muchas veces les excluye de contemplar un verdadero proyecto de vida social.

“Sin duda los nuevos patrones de consumo cultural de la juventud, sobre todo en relación con la industria audiovisual, provee de íconos y referentes que permiten a gran parte de este grupo etario generar identidades colectivas y participar de universos simbólicos. Si bien estos referentes de identidad pueden ser cada vez más efímeros y cambiantes, hacen de la juventud un actor de gran creatividad cultural. Pero por otra parte, se trata de identidades poco consolidadas, que contrastan con las

crecientes dificultades para armonizarse con el resto de la sociedad, particularmente con la población adulta y las figuras de autoridad por ejemplo, la cultura de la escuela, ya que a veces la inclusión hacia adentro va tensionada, en términos de valores e identidad, con exclusión hacia fuera” (CEPAL-OIJ, 2004).

Los jóvenes se vinculan de una forma especial hacia los medios, van adoptando su propio estilo de vida, su propia identidad. Como indican Badillo y Marengi (2003) “los medios operan en múltiples dinámicas vitales de los jóvenes; contribuyen a la diversificación e individualización de los mundos y estilos de vida, en la construcción de la identidad, en la creación de valores –y en la destrucción de otros–, en las formas y tipos de socialización que los y las jóvenes experimentan, en el refuerzo de prácticas y en la invención de otras nuevas” (p. 67).

De acuerdo con la CEPAL-OIJ (2004) los consumos culturales ocupan un lugar central en la organización del tiempo libre y los hábitos de los jóvenes. Ver televisión, escuchar, música, leer, ir al cine, bailar, hacer deportes, chatear, navegar y manejar videojuegos son las prácticas de consumo cultural mencionadas con mayor frecuencia por los jóvenes en los usos del tiempo libre. Según Suárez y Pérez citado en Becerra (2007), este grupo específico de jóvenes está relacionado con el saber y la generación de conocimientos, lo cual les proporciona herramientas para analizar la realidad social. Esto significa que tienen un criterio formado respecto a los medios y que poseen algunas habilidades para descubrir los propósitos que están detrás de los contenidos.

Por tal motivo, resulta conveniente que las instituciones de educación superior indaguen sobre los consumo mediáticos y hábitos de sus estudiantes, no sólo como información sobre su perfil, sino para ampliar el conocimiento que se tiene de los jóvenes actuales. Especialmente para la carrera de Ciencias de la Comunicación es oportuno indagar en los hábitos que tienen los estudiantes asociados a actividades de información y comunicación. Por un lado, los hábitos de lectura como competencia y práctica fundamental para los procesos de aprendizaje de cualquier individuo y por otro lado, sobre los usos y consumos



de medios de comunicación, justamente por estar relacionados a las actividades de formación propias de una disciplina en Comunicación.

Como señala García (2004, p. 43) “preguntarse qué significa ser joven hoy no es sólo preguntar por las características de una edad, es también una pregunta por el tiempo: es la sociedad que trata de saber cómo comienza su futuro”.

### **3.1 La formación en Ciencias de la Comunicación de la URL**

A partir de estas perspectivas socioconstructivistas, el Departamento de Ciencias de la Comunicación de la URL, “busca formar un comunicador integral que responda a las demandas del país, según épocas y lugares” como lo establece en su Modelo Educativo, Curricular y Psicopedagógico de la Facultad de Humanidades (2012) y aunque reconoce que no existe en Latinoamérica un ente que defina aspectos mínimos sobre el perfil del comunicador, se busca al menos un equilibrio entre la enseñanza de periodismo, producción audiovisual, comunicación publicitaria, organizacional, educativa, para el desarrollo, comunicación digital y de los nuevos medios.

De acuerdo con la descripción del Modelo Educativo, Curricular y Psicopedagógico del Departamento de Ciencias de la Comunicación de la Facultad de Humanidades (2012) el objetivo es formar comunicadores sociales con alta cualificación en las áreas teórica y práctica, con sólida fundamentación ética y científica en materia comunicacional, así como con una profunda identidad nacional, que contribuyan a la sociedad guatemalteca dentro del ejercicio profesional con proyección de la misión fundamental de la Universidad.

Los pilares fundamentales de formación abarca el desarrollo de capacidades para:

1. Planear, desarrollar y evaluar procesos de comunicación con diversos enfoques: empresarial, publicitario, político y para el desarrollo.

2. Producir mensajes de comunicación –escritos, sonoros, audiovisuales, multimedia e interactivos- creativos y con pertinencia social.
3. Informar y/o emitir opinión basados en los principios de veracidad, responsabilidad, integridad y libertad de expresión.
4. Problematizar la realidad con la finalidad de articular propuestas de comunicación que contribuyan al desarrollo pleno de las personas, las comunidades, el país y la sociedad global en su conjunto.
5. Fundamentar las acciones de comunicación que emprenden en conocimientos teóricos y procesos de investigación científica y/o aplicada.

En este sentido se toma en cuenta también el rol del estudiante como factor importante en el proceso de un aprendizaje mediado, activo y cooperativo, por lo que “se define al estudiante como: un sujeto activo, generador de pensamiento, constructor de su propio aprendizaje y de otros, mediante procesos de crecimiento mental, personal, social y moral” (p. 40). Así mismo, se hace referencia a otros factores indispensables como la motivación, limitaciones y posibilidades para que el estudiante participe plenamente en ambientes que provean experiencias significativas en su formación disciplinar y personal.

### **3.2 Perfil de ingreso a la carrera de Ciencias de la Comunicación**

El Departamento de Ciencias de la Comunicación cuenta con un perfil de ingreso para la carrera, el cual se describe en el documento Adecuación y actualización de la Malla Curricular de la Licenciatura (2010). En este se considera pertinente que el aspirante deba poseer ciertas competencias o cualidades:

- Estar interesado en el conocimiento de la realidad nacional y global, así como de la diversidad sociocultural, política y económica del país.

- Poseer gusto por la lectura y la escritura, el manejo de los lenguajes audiovisuales y publicitarios y ser un apasionado de las nuevas tecnologías de la comunicación, el cine, la televisión y las artes.
- Estar abierto al cambio, a conocer de todo un poco, a ser reflexivo, analítico y muy creativo.

Este perfil busca formar comunicadores sociales con pensamiento crítico y propositivo, así como habilidades y destrezas para la elaboración, producción, difusión y evaluación de mensajes creativos que contribuyan a la transformación de la realidad social, a través de propuestas innovadoras de comunicación.

Por lo que el perfil sintetiza intereses y competencias mínimas indispensables para un adecuado desarrollo académico de los estudiantes en la carrera de Ciencias de la Comunicación, que desde luego van complementándose con otras, a lo largo de los estudios.

Es indudable que cada vez más se incrementa el ingreso de estudiantes a la Universidad. Este incremento requiere que las universidades presten más atención a los procesos de admisión, no como algo excluyente o elitista que privilegie el ingreso de alumnos, según su procedencia cultural o educativa, sino por las capacidades e intereses que tengan para desempeñarse en determinada carrera.

Por otro lado, tal como se evidencia en esta discusión teórica, es preciso tomar en cuenta los factores que inciden en la elección de una carrera, por ejemplo las motivaciones, intereses, actitudes y valores, ya que muchos de ellos ayudan a moldear las aspiraciones que tienen los estudiantes y sobre todo porque orienta respecto a las metas y objetivos profesionales que deben ser fortalecidos a la lardo de su formación universitaria.

Así mismo, la formación en comunicación considera prioritaria la formación de estudiantes con capacidad para ser gestores y mediadores de procesos de comunicación social, y proveer los conocimientos, habilidades y actitudes requeridas para el desarrollo del campo

profesional, lo que requerirá que evalúen constantemente los requerimientos del perfil del comunicador, las demandas del mercado, así como los planes de estudio.

Estudiar los hábitos y prácticas diarias que realizan los estudiantes en sus diferentes relaciones y contextos, permite contar con información sobre los quehaceres de los estudiantes, sus características, necesidades e intereses, con lo que pueden diseñarse acciones educativas para alcanzar una trayectoria escolar más eficiente.

## II. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En la actualidad, las universidades no son ajenas a los problemas de formación de sus estudiantes en habilidades esenciales para la construcción de conocimiento como lectura y escritura o la falta de destrezas que le permitan un mejor desempeño académico universitario. Por lo que es común que generen estrategias para contrarrestar estas problemáticas, tales como la implementación de programas de tutoría o cursos de refuerzo a fin de mejorar las habilidades y competencias necesarias para una trayectoria académica más eficiente.

Por otro lado, la mayoría de instituciones de educación superior realizan exámenes de admisión como requisito de ingreso a las diferentes carreras. En el caso de la Universidad Rafael Landívar, dicha evaluación se realiza de manera institucional y consiste en evaluar las capacidades de razonamiento en el área verbal, numérica y abstracta. Así como las habilidades de razonamiento, comprensión lectora y conocimientos matemáticos. Sin embargo, estas pruebas no permiten conocer a profundidad cómo vienen preparados, o si poseen las habilidades o actitudes necesarias para su carrera.

Particularmente en la carrera de Ciencias de la Comunicación se considera pertinente que el aspirante posea dominio del lenguaje escrito y oral, interés por la realidad nacional y los medios de comunicación, además de las habilidades propias de la carrera, necesarias para su formación. Recientemente se han incorporado estudios sobre consumo mediático asociados a la comprensión del consumo como conjunto de prácticas o hábitos socioculturales en las que se construyen significados (Sunkel, 2006). Así mismo, refiere al consumo como los modos de apropiación y usos sociales de la comunicación que las personas dan a los mismos.

Es importante considerar que los estudiantes tienen diferencias en sus hábitos, previo al ingreso a la universidad, desde lo académico, lo social e incluso laboral, los cuales se van definiendo a partir de la elección de una carrera. Sin embargo, es oportuno tener insumos

para saber cómo y en qué aspectos se deben reforzar estas prácticas e influyan en su desarrollo académico. Por lo que se plantea la siguiente pregunta de investigación:

¿Cuáles son los hábitos de lectura y consumo de medios de comunicación que poseen los estudiantes que ingresan a la carrera de Ciencias de la Comunicación, a partir de las cualidades del perfil de ingreso?

## **2.1 Objetivos**

### **2.1.1. Objetivo general**

Establecer los hábitos de lectura y consumo de medios de comunicación que poseen los estudiantes que ingresan a la carrera de licenciatura en Ciencias de la Comunicación, tomando como base las cualidades del perfil de ingreso.

### **2.1.2 Objetivos específicos**

- Identificar qué prácticas habituales realizan los estudiantes de primer año de la carrera de licenciatura en Ciencias de la Comunicación, en relación a lectura y consumo de medios de comunicación.
- Identificar el uso y tiempo que otorgan los estudiantes a las prácticas de lectura y consumo de medios de comunicación.
- Establecer la tendencia en los hábitos de lectura y consumo de medios de comunicación de los estudiantes de primer año de la carrera de licenciatura en Ciencias de la Comunicación.

## **2.2 Definición de las variables de estudio**

### **2.2.1 Definición conceptual**

#### **a. Hábitos de lectura**

El hábito de lectura se define como una práctica social diversa en donde el individuo recurre por su propia voluntad a materiales de lectura, como acción eficaz para satisfacer

sus demandas cognitivas; a partir de acto repetitivo de la lectura de un tipo de textos, es decir a las preferencias e intereses lectores; y a la persistencia en una manera específica de leer, o bien la forma o el estilo de lectura (Rico, 2008).

#### **b. Consumo de medios de comunicación**

El consumo de medios abarca el uso y los hábitos asociados a los diferentes medios de comunicación, y en general, la interacción que se realiza con los nuevos medios como internet. Tanto el uso, como los hábitos se analizan a través de características que determinan la forma de consumo, como el tipo de medio y actividad, la frecuencia y las preferencias con respecto al contenido, y el tipo de lectura que realiza el sujeto (Muñoz, 2008).

### **2.2.2 Definición Operacional**

#### **a. Hábitos de lectura**

Se identifican los hábitos lectores que poseen los estudiantes a partir de los siguientes indicadores:

**Consumo de lectura:** práctica y usos de la lectura.

**Tipos de lectura:** materiales y temáticas de lectura que prefieren leer.

**Frecuencia de lectura:** frecuencia con la que leen libros u otros textos y número de horas dedicadas a la lectura, habitualmente en una semana.

#### **b. Consumo de medios de comunicación**

Se indagó sobre los consumos que realizan los estudiantes en relación a los medios de comunicación, entiéndase estos como la televisión, periódicos, radio e internet, tomando en cuenta los siguientes indicadores:

**Medio:** identifica el tipo de medio que prefiere utilizar.

**Consumo:** indica el uso, formas de acceso y preferencia de contenido según el medio utilizado.

**Frecuencia:** identifica el tiempo que dedica al uso del medio.

### **2.3 Alcances y límites**

Este estudio buscó identificar las prácticas y usos habituales que tienen los estudiantes de primer ingreso de la carrera de licenciatura en Ciencias de la Comunicación, sobre el consumo de medios de comunicación y lectura. Se establecieron estos elementos por estar asociados a las cualidades que se requieren en el perfil de ingreso de la carrera. El estudio se realizará desde la percepción del estudiante. Para el efecto se tomarán en cuenta a todos los estudiantes que ingresen por primera vez a la Universidad y a la carrera, de las jornadas matutina y vespertina durante el primer ciclo del 2015.

Así mismo, debido a que en el perfil de ingreso se describen otros elementos como escritura, arte y cultura y entorno social, estos quedan fuera y únicamente se evaluaron hábitos relacionados a lectura y medios de comunicación.

Con esta información se pudo identificar los hábitos de los estudiantes que optan por estudiar la carrera de Ciencias de la Comunicación, en la Universidad Rafael Landívar, por lo que los resultados pueden ser válidos sólo para aquellas Universidades que ofrezcan dicha carrera.

### **2.4 Aporte**

La presente investigación es un aporte al Departamento de Ciencias de la Comunicación, ya que a partir de los resultados, se cuenta con información que permite conocer con mayor detalle, las características de los estudiantes que ingresan a la carrera, a fin de desarrollar acciones que contribuyan a reforzar los hábitos e intereses personales del alumno, hacia los distintos ámbitos que se fortalecen en la formación de comunicadores.



Además, el instrumento que se utilizó en el presente estudio, puede ser utilizado con cada cohorte que ingrese a la carrera, a fin de contar con información más precisa acerca de las características, intereses y hábitos que poseen los estudiantes que ingresan a la licenciatura y su afinidad con la misma.

Finalmente, las recomendaciones y acciones que se establecidas a partir de los resultados, pueden servir al Departamento de Ciencias de la Comunicación para que sean puestas en marcha, según los planes de acción que se requieran. Adicionalmente, el Departamento de Orientación Universitaria y otras carreras pueden tomar como sugerencia, la aplicación de un nuevo instrumento de diagnóstico, que valore los hábitos, intereses y/o motivaciones que tienen los estudiantes al ingresar a una carrera.

### III. MÉTODO

#### 3.1 Sujetos

Los sujetos de estudio de la presente investigación fueron los estudiantes de primer ingreso de la Carrera de licenciatura en Ciencias de la Comunicación de la Facultad de Humanidades, de ambas jornadas, que ingresaron por primera vez a la carrera durante el primer ciclo del 2015. Las características principales de este grupo es que son alumnos regulares de la licenciatura, procedentes de diversos establecimientos educativos, especialmente del sector privado, en un rango de edad entre 17 y 20 años.

En el siguiente cuadro se describen las características de los sujetos, según el ingreso del primer ciclo 2015, proporcionado por la Dirección de Planificación de la Universidad Rafael Landívar (2015).

Sede	Carrera	Ingreso anual	Ciclo
<b>Campus Central</b>	<b>Licenciatura en Ciencias de la Comunicación Primer ingreso</b>		<b>1er. Ciclo 2015</b>
<b>Jornada inscripción</b>	<b>Estudiantes femenino</b>	<b>Estudiantes masculino</b>	<b>Gran total</b>
Matutina	60	22	87
Vespertina	10	5	15
<b>Gran total</b>	<b>70</b>	<b>27</b>	<b>102</b>

#### 3.2 Instrumento

El instrumento utilizado fue un cuestionario tipo encuesta que contiene 27 ítems en forma de pregunta y con opción de respuestas tipo escala de frecuencia y cantidad, y en algunos casos, con varias respuestas para escoger, pero manteniendo el estilo y número los más adecuado posible a lo requerido en el ítem, como indica Morales (2011). Estas se construyeron considerando dos cualidades descritas en el perfil de ingreso, relacionadas a lectura y medios de comunicación. Para medir los hábitos lectores se tomaron en cuenta las

categorías que propone Rico (2008), relacionadas a **consumo de lectura, tipos de lectura y frecuencia**. En relación al consumo de medios se establecieron criterios a partir de las reflexiones propuestas por Sunkel (2006) sobre **prácticas y apropiación** de medios por los jóvenes y los que indica Muñoz (2008) sobre **consumo y acceso a medios**. La validación del instrumento se realizó a través de juicio de expertos, tomando en cuenta la opinión de un experto en investigación Padre Pedro Morales, S.J y una profesora de la Carrera de Ciencias de la Comunicación, licenciada Norma Hernández, por su experiencia y conocimiento en medios de comunicación y nuevas tecnologías. (Ver anexo 1).

En la siguiente tabla se especifican las preguntas que corresponden a cada una de los categorías evaluadas:

1. Hábito de lectura	Preguntas de la 1 a la 11
2. Consumo de medios de comunicación (televisión, radio, prensa, internet)	Preguntas de la 12 a la 27

### 3.3 Procedimiento

- Se elaboró el instrumento, a partir de las cualidades descritas en el perfil de ingreso de la carrera de Ciencias de la Comunicación, así como las categorías e indicadores que permitirán específicos a analizar.
- Se solicitó al Departamento de Planificación los datos de inscripción de los estudiantes que ingresen a la carrera de Ciencias de la Comunicación en el primer ciclo 2015.
- Se validó el instrumento a través de juicio de expertos y se solicitó autorización para aplicar el instrumento a los docentes del Departamento de Ciencias de la Comunicación que imparten clases en primer año. Se tomó para ello a los estudiantes del curso de Introducción a la Investigación, de ambas jornadas y todas las secciones disponibles.
- Se aplicó el instrumento a los sujetos de estudio.
- Se analizaron los datos y se realizó la presentación de resultados a través de gráficas y tablas de frecuencia.

- Se procedió a elaborar la discusión de resultados.
- Se desarrollaron las conclusiones y recomendaciones.
- Se integró el informe final de investigación para la revisión final correspondiente al proceso.

### **3.4. Tipo de investigación y metodología estadística**

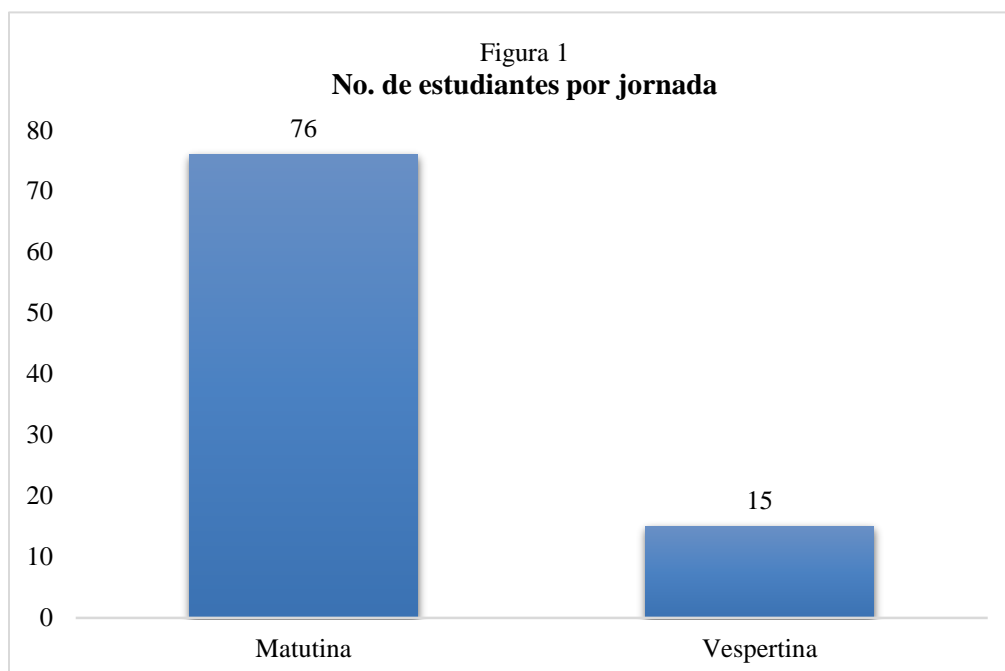
La investigación es de carácter descriptivo, de acuerdo con Hernández, Fernández y Baptista (2010) buscan especificar las propiedades, las características, los perfiles de las personas, grupos o comunidades. Estos estudios pretenden recoger información de manera independiente, a partir de unas variables y conceptos previamente definidos por el investigador y sobre quiénes se recolectarán los datos.

El enfoque del estudio es cuantitativo, ya que se basa en la medición numérica y el análisis estadístico que permite establecer patrones de comportamiento y probar teorías (Sampieri et al, 2010). Para el análisis y presentación de los resultados, se utilizó la estadística descriptiva con base a frecuencias y porcentajes. Los datos fueron procesados y codificados en el programa Excel. Para el análisis y presentación de los datos, se utilizó gráficas, en su mayoría tipo barras y algunas tablas que permitieran una adecuada visualización de la distribución de frecuencias, especialmente la utilización de porcentajes.

#### IV. PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS

A continuación se muestran los resultados obtenidos en el estudio, los cuales se analizaron con el programa Excel y se presentan utilizando la distribución de frecuencias y porcentajes. Los datos se dividen en dos partes, de acuerdo a los objetivos del estudio, en una primera sección, en donde se describen los hábitos de lectura que poseen los estudiantes de primer año de la carrera de licenciatura en Ciencias de la Comunicación y en una segunda parte se describe el consumo de medios de comunicación que realizan; ambos elementos se consideran actividades esenciales en estudiantes de dicha carrera.

El número de estudiantes que ingresaron a la carrera durante el 2015 es de 102 estudiantes. No obstante, al momento de aplicar la encuesta únicamente fue respondida por 91 estudiantes que se encontraban presentes en las aulas. Los resultados se analizan para identificar la tendencia en los hábitos de lectura y uso de medios. En el primer caso, se consideran algunos datos específicamente por jornada debido a diferencias que pueden ser examinadas con más detalle y en el caso del uso de medios, se analiza a nivel general, considerando que el ingreso de estudiantes por jornada no es representativo como se ve a continuación.



## PRIMERA PARTE. Hábitos de lectura

Para este análisis se tomaron en cuenta tres indicadores que permitieron describir los hábitos de los estudiantes:

**Consumo de lectura:** hábito y usos de la lectura.

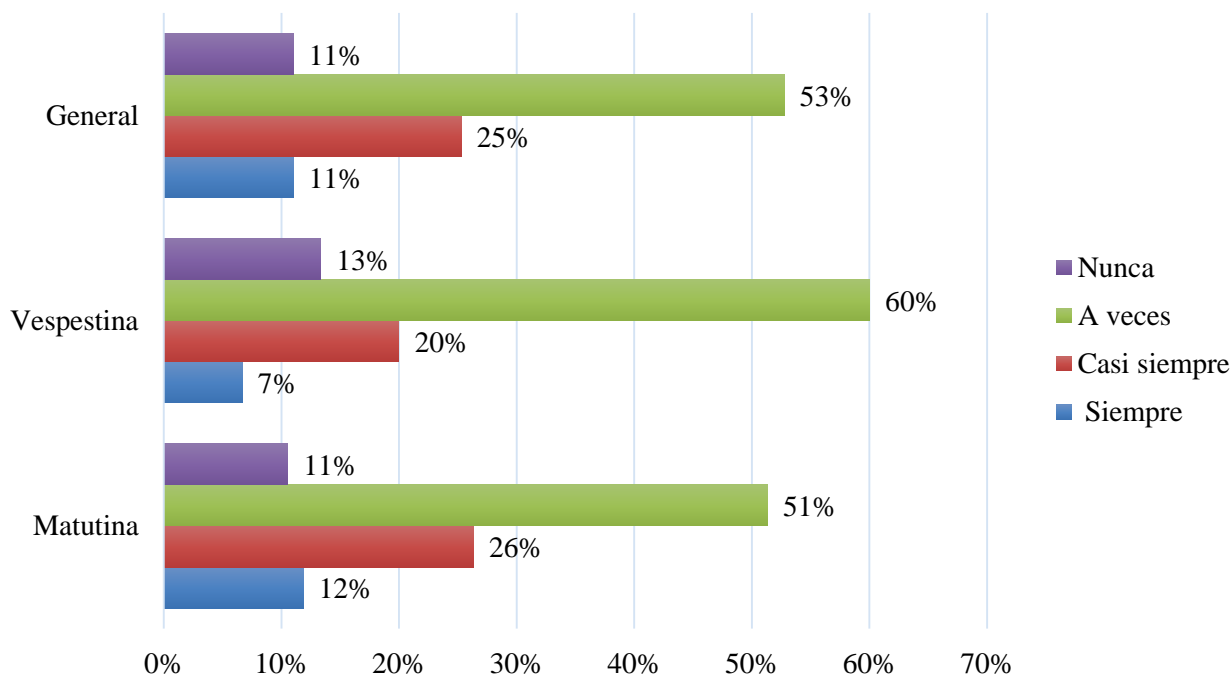
**Tipos de lectura:** materiales y temáticas de lectura que prefieren leer.

**Frecuencia de lectura:** frecuencia con la que leen libros u otros textos y número de horas dedicadas a la lectura, habitualmente en una semana.

### Indicador: consumo de lectura

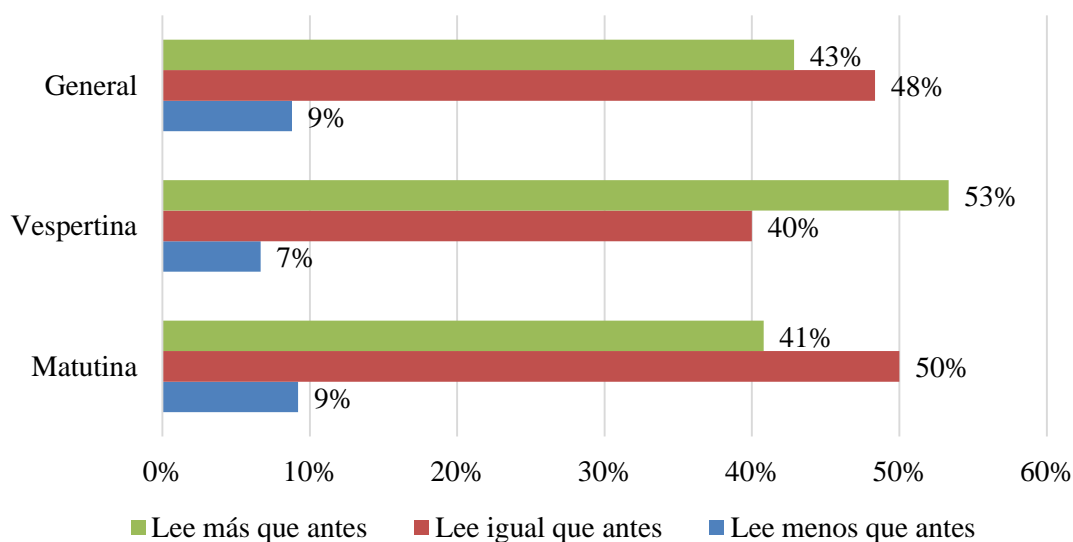
Los resultados acerca de las prácticas lectoras se describen a continuación. Para conocer el hábito que suelen tener los estudiantes, se les preguntó en qué medida leen en su tiempo libre, y se pudo observar que los estudiantes tienen poco hábito de lectura, ya que en general el 53% de los estudiantes indica leer solo algunas veces en su tiempo libre y un 25% lo hace casi siempre. El patrón de conducta en cada jornada es similar.

Figura 2  
**Lectura en tiempo libre**



En este sentido fue oportuno conocer si los estudiantes consideran que leen más, igual o menos que antes de ingresar a la universidad. La gráfica muestra que el 48% de estudiantes en general considera que lee igual que antes, el 43% considera que lee más que antes y solo el 9% considera que lee menos que antes. Es decir que, aún en el primer año de estudios, casi la mitad de estudiantes no detectan un cambio en sus hábitos de lectura entre el colegio y la universidad. Sin embargo, sí se observa un cambio entre jornadas, ya que en la vespertina 53% considera que si lee más que antes, en comparación con un 50% de la matutina que indica leer igual que antes.

Figura 3  
**Percepción sobre cuanto leen**



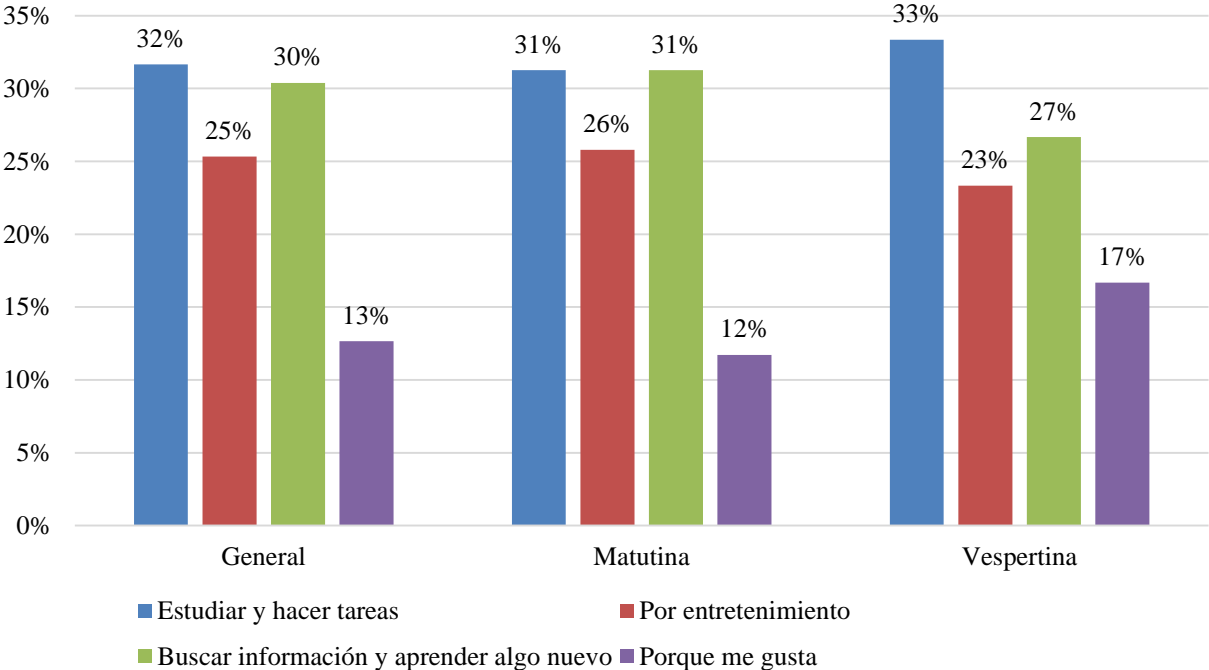
Al preguntar los motivos por los que consideran leer igual que antes, lo atribuyen a la falta de tiempo o bien invertir su tiempo en otras actividades. Cabe resaltar que en el caso de la jornada matutina, algunos manifestaron que no se les ha pedido o no ha sido necesario leer.

Tabla 1  
**Motivos de la falta de lectura**

Motivos	Matutina	Vespertina	General
Le falta tiempo	21	4	25
Prefiere emplear su tiempo en otras actividades	17	3	20
No le gusta leer	4	0	4
No se lo piden o no ha sido necesario	11	0	11

En cuanto al **uso y/o propósitos** que le otorgan a la lectura, destaca que un 32% la utiliza para estudiar y hacer tareas y un 30% para buscar información y aprender algo nuevo. Un 25% de los jóvenes leen por entretenimiento y solo un 13% porque les guste. Los datos se mantienen similares por jornada. Esto significa que la lectura representa una actividad que se realiza porque involucra la necesidad de adquirir información, más que por iniciativa propia de los estudiantes. Se evidencia la necesidad de generar mayor conciencia en el uso de la lectura, asociado a los beneficios que representa para la generación de conocimiento.

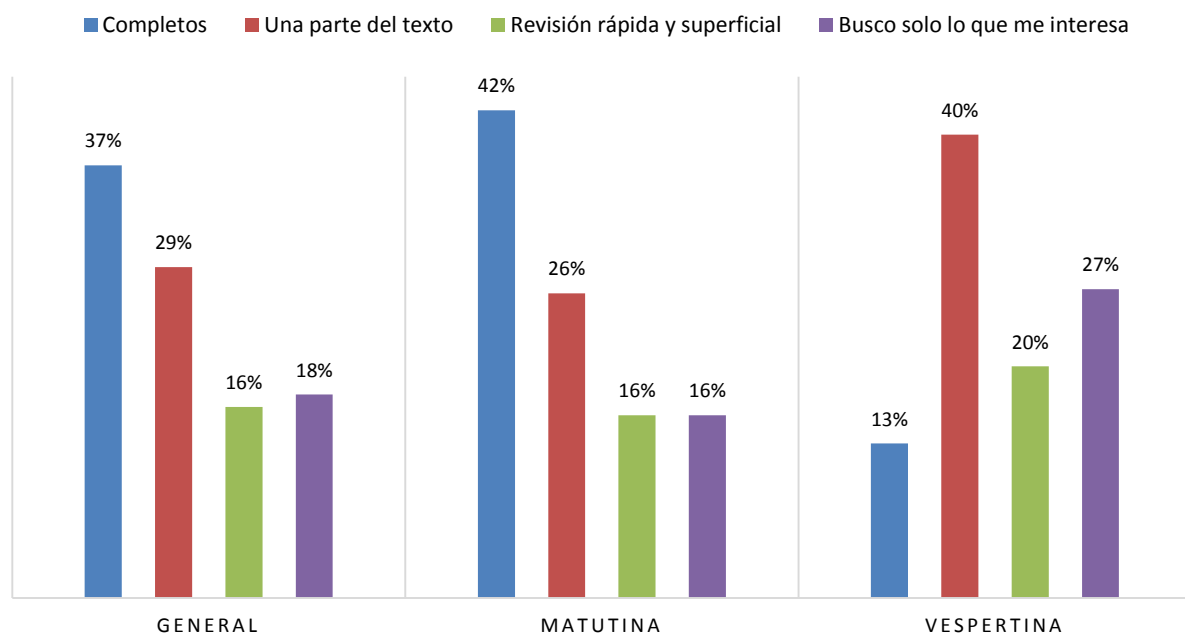
Figura 4  
**Usos de la lectura**





Continuando con el uso de la lectura, se indagó sobre la manera en que abordan las lecturas que les dejan sus profesores, considerando las actividades que estos les sugieren. En esta pregunta se pudo observar diferencias significativas por jornada, como se puede ver en la siguiente gráfica.

Figura 5  
**Tratamiento de los materiales**



Particularmente en la jornada matutina, un 42% de los estudiantes indica leer los textos de manera completa y un 26% leen una parte del texto. De manera diferente, en la jornada vespertina el 40% indica leer una parte del texto y un 27% suele leer sólo lo que le interesa. Esto revela que los jóvenes de la jornada vespertina profundizan menos en las lecturas, a diferencia del grupo de la mañana. Sin embargo, la tendencia de la muestra en general es leer los textos de manera completa con un 37% y una parte del texto con un 29%. No obstante, preocupa que algunos cuantos estudiantes leen de manera superficial o sólo lo que les interesa; esto puede deberse a una baja instrucción para realizar las mismas o bien poca motivación en los estudiantes. El patrón es similar en cada jornada, lo que establece una misma tendencia en el grupo.

En ese sentido se indagó sobre las actividades que sugieren los docentes y se encontró que las actividades que promueven con mayor frecuencia son de construcción, es decir, requieren habilidades de escritura en los estudiantes, como los son los resúmenes y síntesis.

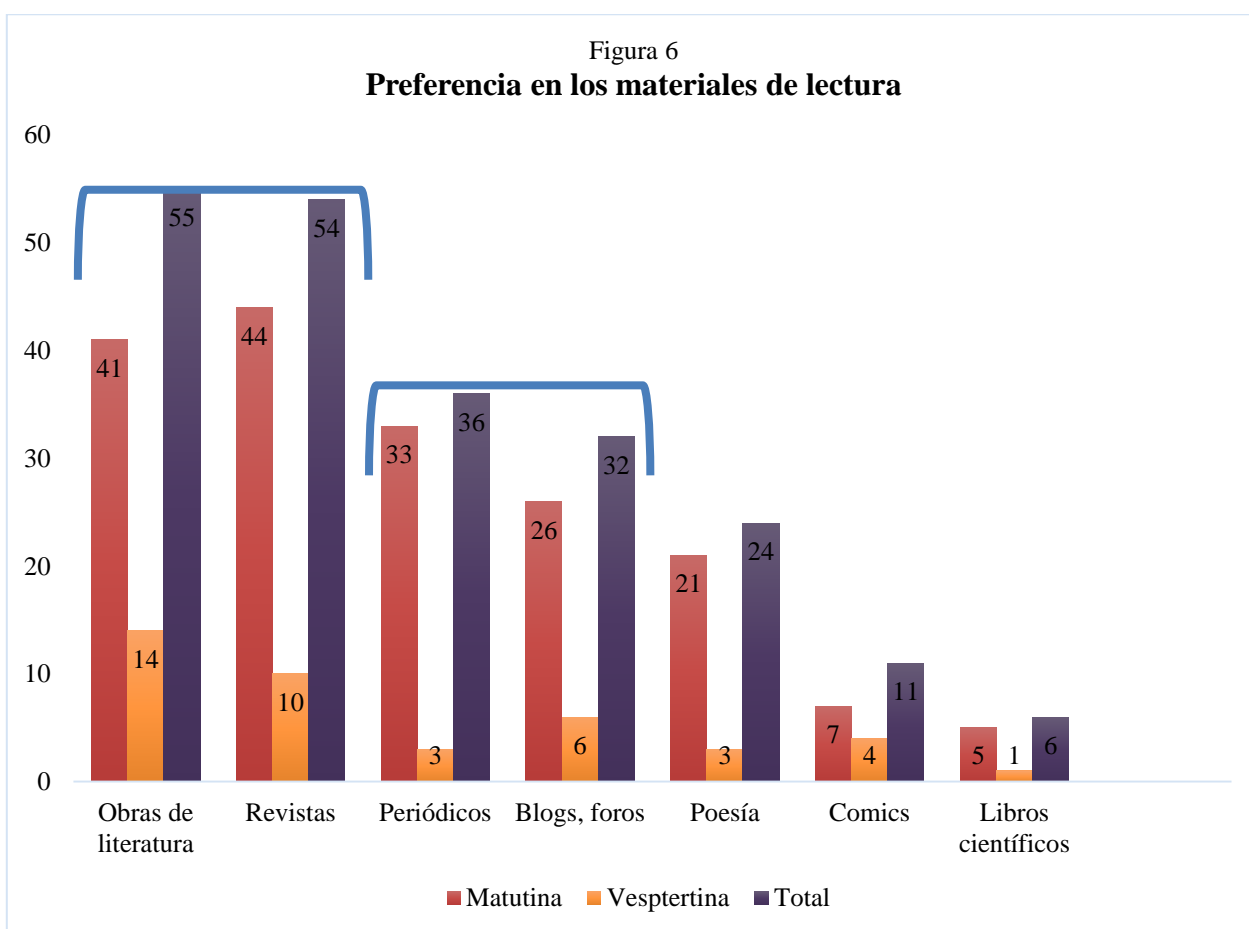
Otras actividades como el desarrollo de esquemas o el uso de guías de lectura (preguntas y respuestas) son poco frecuentes en la jornada vespertina, a diferencia de la jornada matutina donde sí se utilizan.

**Tabla 2**  
**Actividades de lectura**

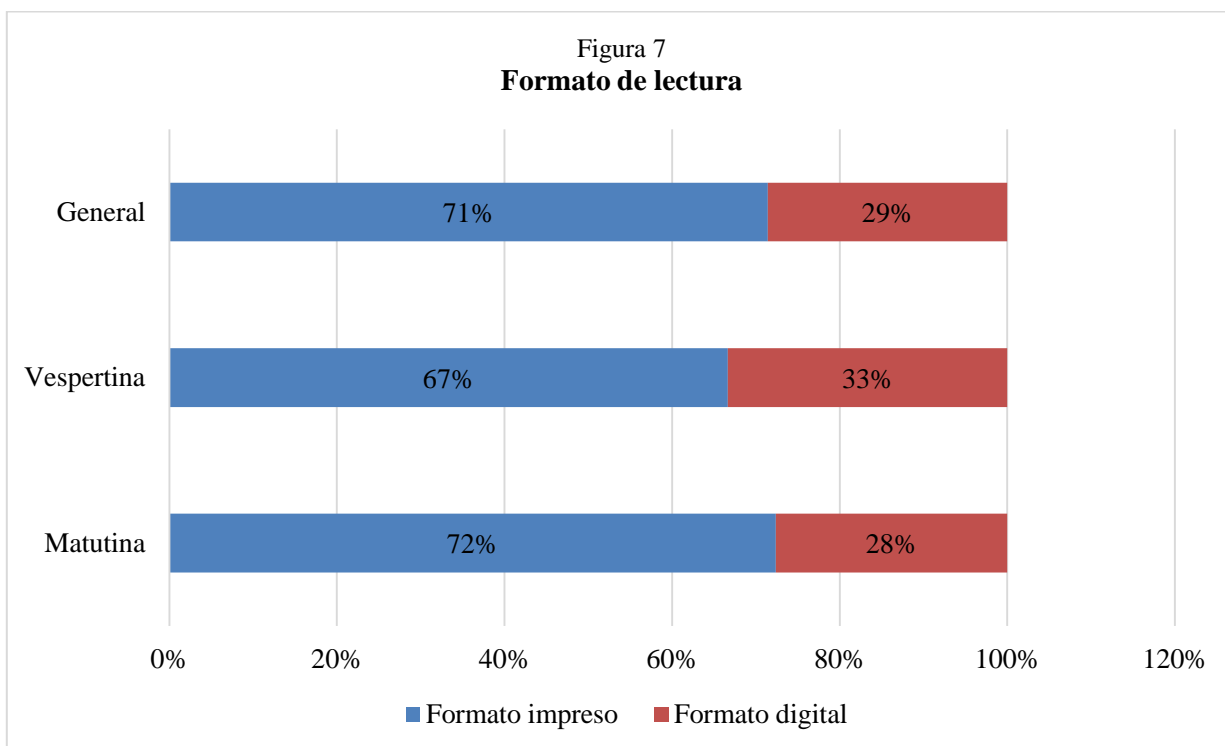
<b>Actividades</b>	<b>Matutina</b>	<b>Vespertina</b>	<b>General</b>
Resúmenes o síntesis	38	4	42
Solo leer	23	7	30
Respuestas y preguntas	21	1	22
Esquemas o mapas conceptuales	18	0	18
Recopilar lo importante, cortar y pegar	4	3	7

### Indicador: tipos de lectura

En cuanto al **tipo de lectura** que prefieren, se mostraron varias opciones de materiales en donde los sujetos podían escoger más de una. Por lo que se muestra la frecuencia en las respuestas. Los más preferidos son las obras de literatura y revistas, lo que significa que hay mayor preferencia por una lectura de entretenimiento. Con menor y similares preferencias puede distinguirse el gusto por periódicos, blogs y foros, es decir, ya existe un interés por materiales informativos y de discusión. El patrón se mantiene de manera similar en cada una de las jornadas.

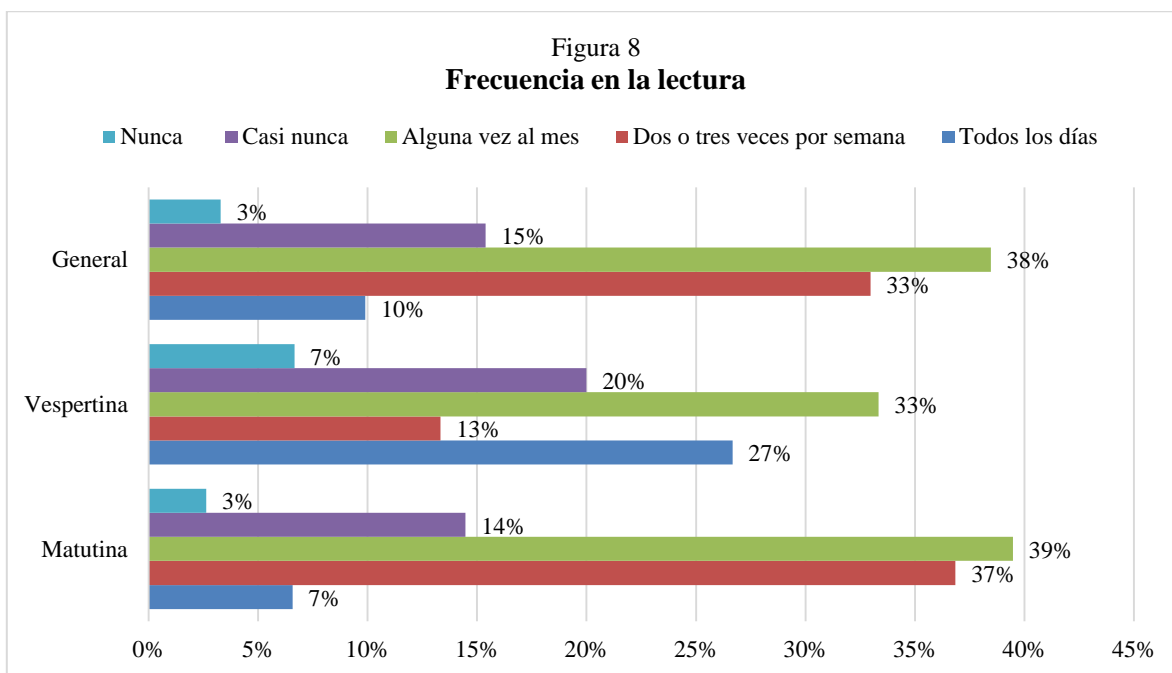


En relación a la **preferencia en el formato** de lectura, la preferencia es sobre todo en formato impreso (71%) y en menor interés los digitales (29%). Estos datos guardan estrecha relación con el tipo de materiales que leen, ya que el acceso a obras de literatura, especialmente en el nivel diversificado, se mantiene en material impreso, aspecto muy similar en el caso de las revistas. Y en el caso de materiales como blogs y foros, suelen estar en línea, por lo que puede distinguirse que su lectura se realiza en formato digital.

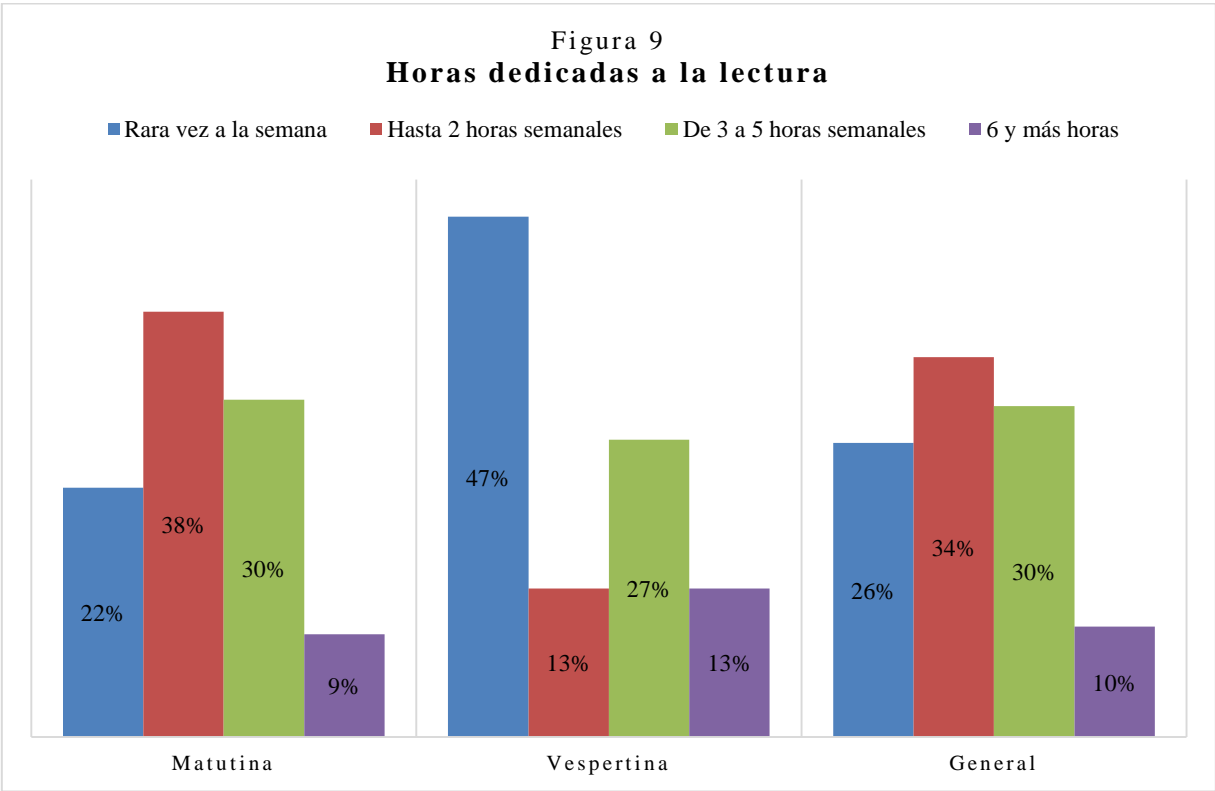


### Indicador: Frecuencia de la lectura

En relación a la **frecuencia** con la que leen libros u otros textos y el número de **horas** dedicadas a la lectura en tiempo libre, se identificó como tendencia general que un 38% de los estudiantes de primer año, suelen dedicarse a la lectura una vez al mes y dos o tres veces por semana un 33%. Sin embargo, los datos muestran diferencias por jornada, así por ejemplo el 33% de los estudiantes de la jornada matutina indican leer dos o tres veces por semana, 14% casi nunca lee y un 7% lo hace todos los días. En el caso de la vespertina la mayor frecuencia está en leer todos los días, con un 27% y un 20% indica que casi nunca lee y un 13% lo hace dos o tres veces por semana. Estos datos revelan que los estudiantes de la jornada matutina suelen tener mayor estabilidad en la frecuencia de la lectura.



Los datos anteriores se confirman al establecer las horas dedicadas a la lectura, habitualmente en una semana, como se ve en la gráfica siguiente, en donde el 38% de los estudiantes de la jornada matutina suelen dedicar hasta 2 horas semanales y un 30% de 3 a 5 horas semanales. Por el contrario, un 47% de los estudiantes de la jornada vespertina indican leer rara vez a la semana y un 27% lee de 3 a 5 horas a la semana. En general la mayor tendencia en las horas semanales que dedican a la lectura es entre 2 y 5 horas (34% y 30% respectivamente).



## SEGUNDA PARTE. Consumo de medios de comunicación

Sobre el consumo y acercamiento que tienen los estudiantes hacia los medios de comunicación, entiéndase estos como la televisión, periódicos, radio e internet, se tomaron en cuenta los siguientes indicadores:

**Medio:** identifica el tipo de medio que prefiere utilizar.







**Frecuencia:** identifica el tiempo que dedica al uso del medio.

**Consumo:** indica el uso y formas de acceso a los medios.

**Preferencia:** preferencia de contenido a partir del medio utilizado.

También se hace uso de la siguiente iconografía, para distinguir algunos elementos relacionados a medios de comunicación:

---

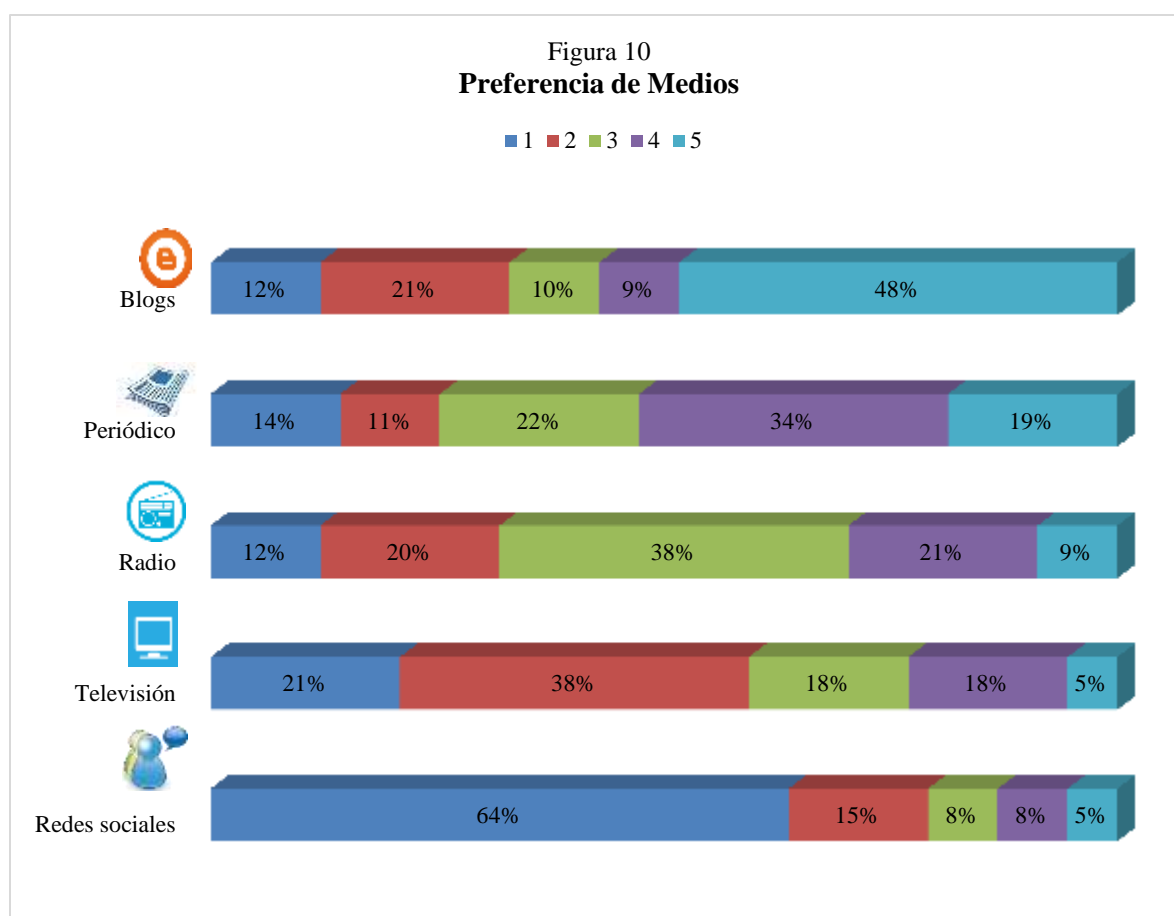
					
<b>Redes sociales</b>	<b>Televisión</b>	<b>Periódicos</b>	<b>Radio</b>	<b>Blogs</b>	<b>Internet</b>

---

Considerando los medios sociales como principales agentes de transmisión de información, fue relevante conocer en qué medida los jóvenes universitarios de la carrera de comunicación están expuestos a estos y cuáles son sus percepciones entorno a su selección y acceso. De esa cuenta, es importante conocer la vinculación y recepción que tienen los jóvenes, como principales actores en proceso de formación y conocimiento sobre el quehacer y funcionamiento de los medios de comunicación. En este caso los datos se analizan desde la muestra total del grupo (91 estudiantes) y no por jornada, justamente porque se busca conocer las prácticas que tienen los estudiantes de comunicación, objeto de estudio, en torno al tema de medios.

## Indicador: Medio

El primer aspecto a identificar fue el **medio que prefieren** los estudiantes. Para ello se estableció una escala de 1 a 5, en la que los estudiantes pudieron ordenar, según su preferencia, cada uno de los medios propuestos, posicionando en 1 el que más prefieren y en 5 el que menos. En este caso se analizó cada medio y la posición que ocupaba. Como se podrá ver en la gráfica, el medio con mayor preferencia son las redes sociales, ya que el 64% de los estudiantes lo ubicó en la escala en primer lugar. En segundo lugar se ubica la televisión con el 38% y en tercer lugar, con el mismo porcentaje se posiciona la radio (38%). Esta preferencia puede estar relacionada a las características audiovisuales que ofrecen los medios, aunque en el caso particular de las redes sociales, el acceso es más directo a través de la tecnología móvil. En el caso de la radio y televisión, prevalece la inmediatez y variedad de información que ofrecen.

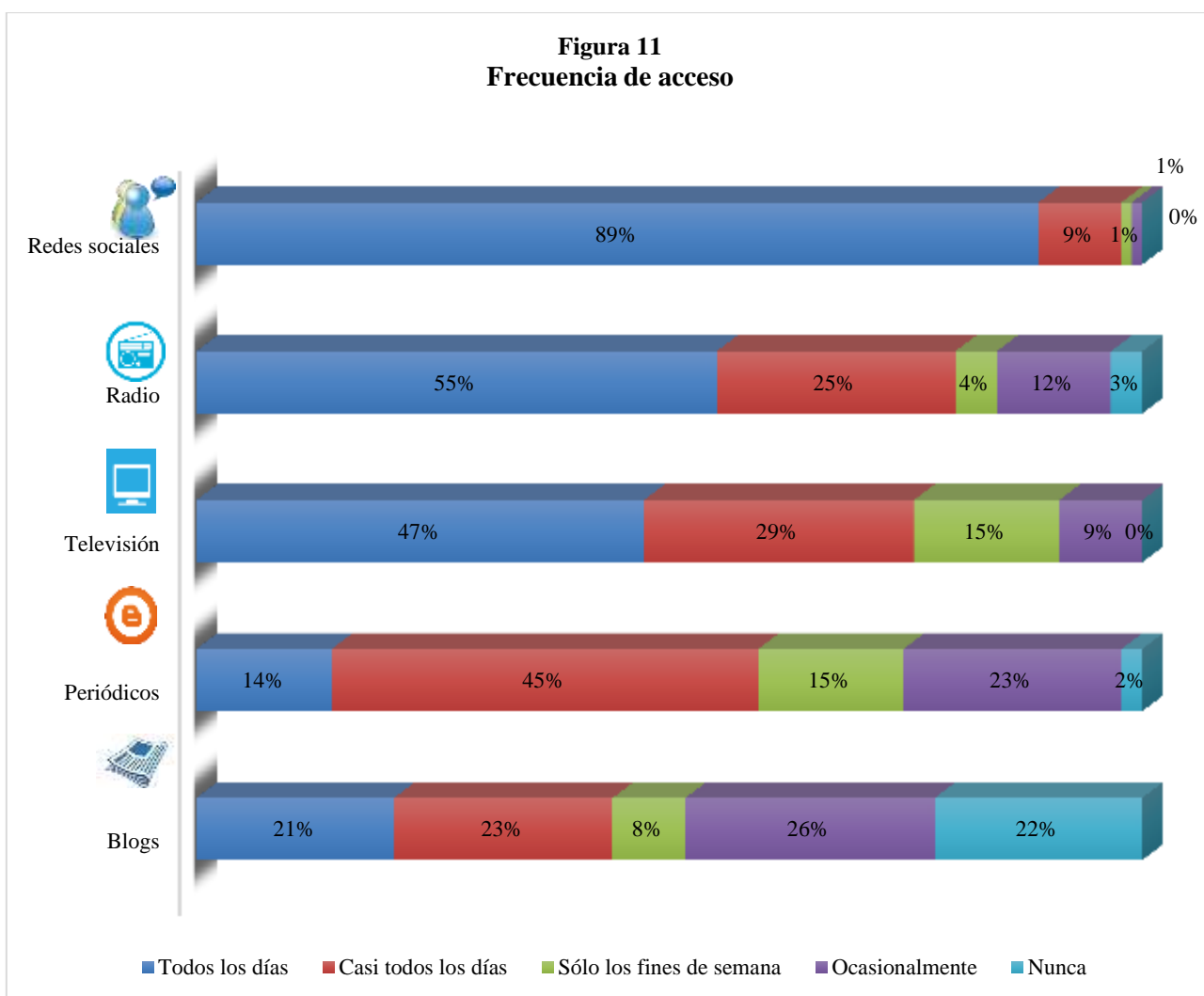


El periódico fue ubicado en cuarto lugar con 34% y quinto, los blogs con un 48%. En este caso son medios que exigen lectura y mayor atención, lo que coincide con el poco hábito de lectura que tienen.



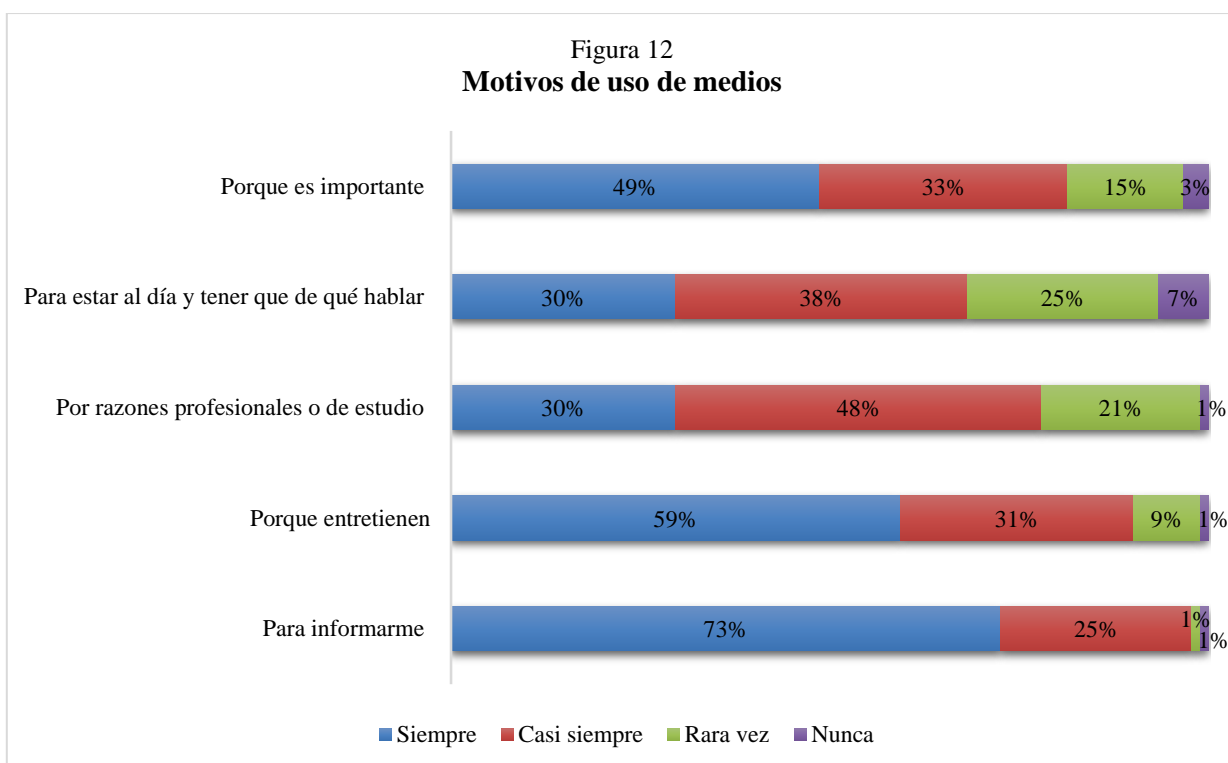
## Indicador: frecuencia

A partir de esta preferencia, se evaluó la **frecuencia de acceso** a estos medios, coincidentemente el de mayor acceso y consulta diaria son las redes sociales con 89%, nuevamente relacionado a su acceso a través de un móvil. En segundo lugar, la radio con un 55% y la televisión con un 47% de consulta diaria. Por otro lado, los periódicos son consultados con menor frecuencia por un 45% de los estudiantes. En el caso de los blogs, las consultas son más variadas entre los estudiantes, un 26% los consulta ocasionalmente, 23% casi todos los días y 22% nunca, es decir, estos dos últimos medios siguen siendo menos frecuentados.



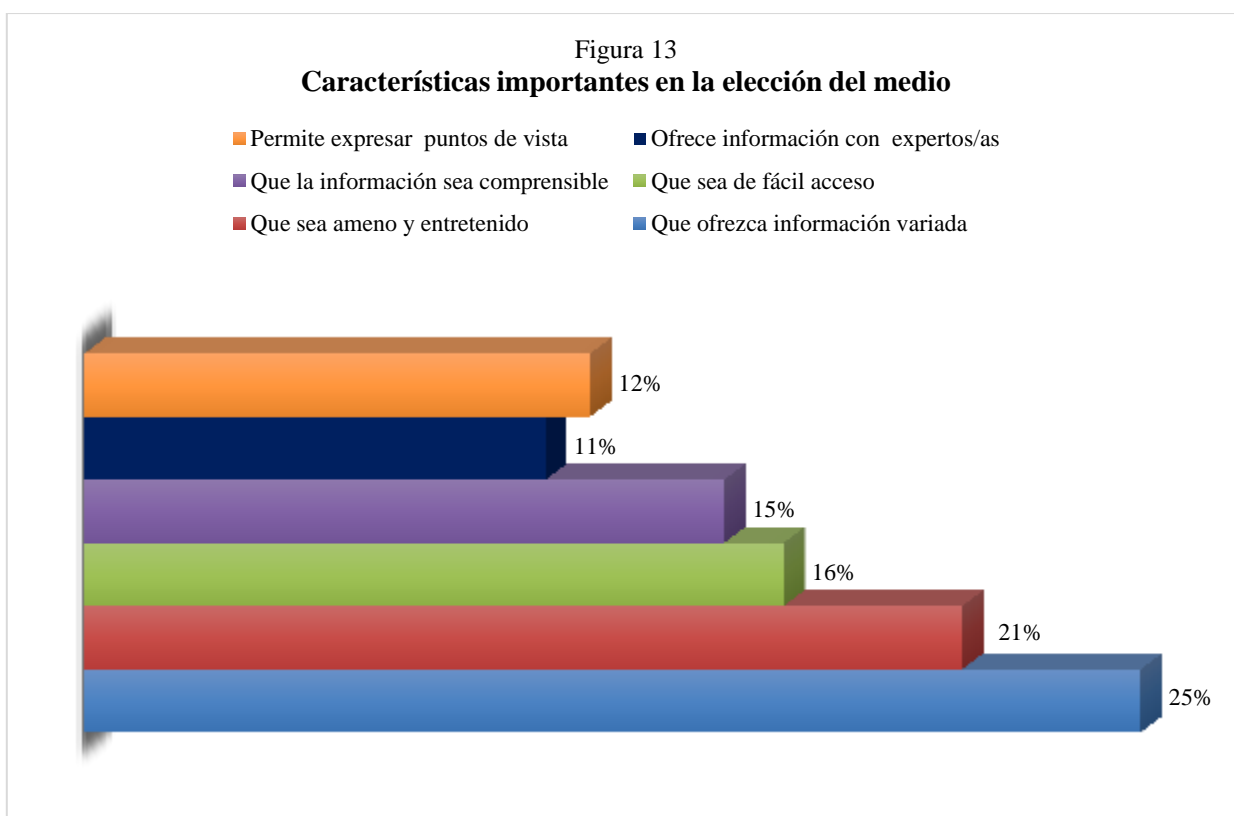
## Indicador: Consumo

En relación a los **motivos del uso y consumo** de estos medios, se ofrecieron varias opciones y destacó que un 73% de los estudiantes los utilizan siempre para informarse y un 59% porque entretienen. Estos datos están estrechamente relacionados al tipo de medios que prefieren, por un lado las redes sociales en donde la información es constante y la televisión y la radio por ejemplo, suelen ser más informativos. Es interesante también que un 48% suele utilizarlos por razones de estudio casi siempre y un 30% lo hace siempre. Así mismo, un 49%, casi la mitad de la muestra, considera que es importante utilizarlos.



Se puede identificar que los estudiantes suelen utilizar los medios para estar al día y tener de qué hablar, pero los porcentajes se distribuyen en diferentes rangos y muy similares entre sí (30% siempre, 38% casi siempre y 25% rara vez).

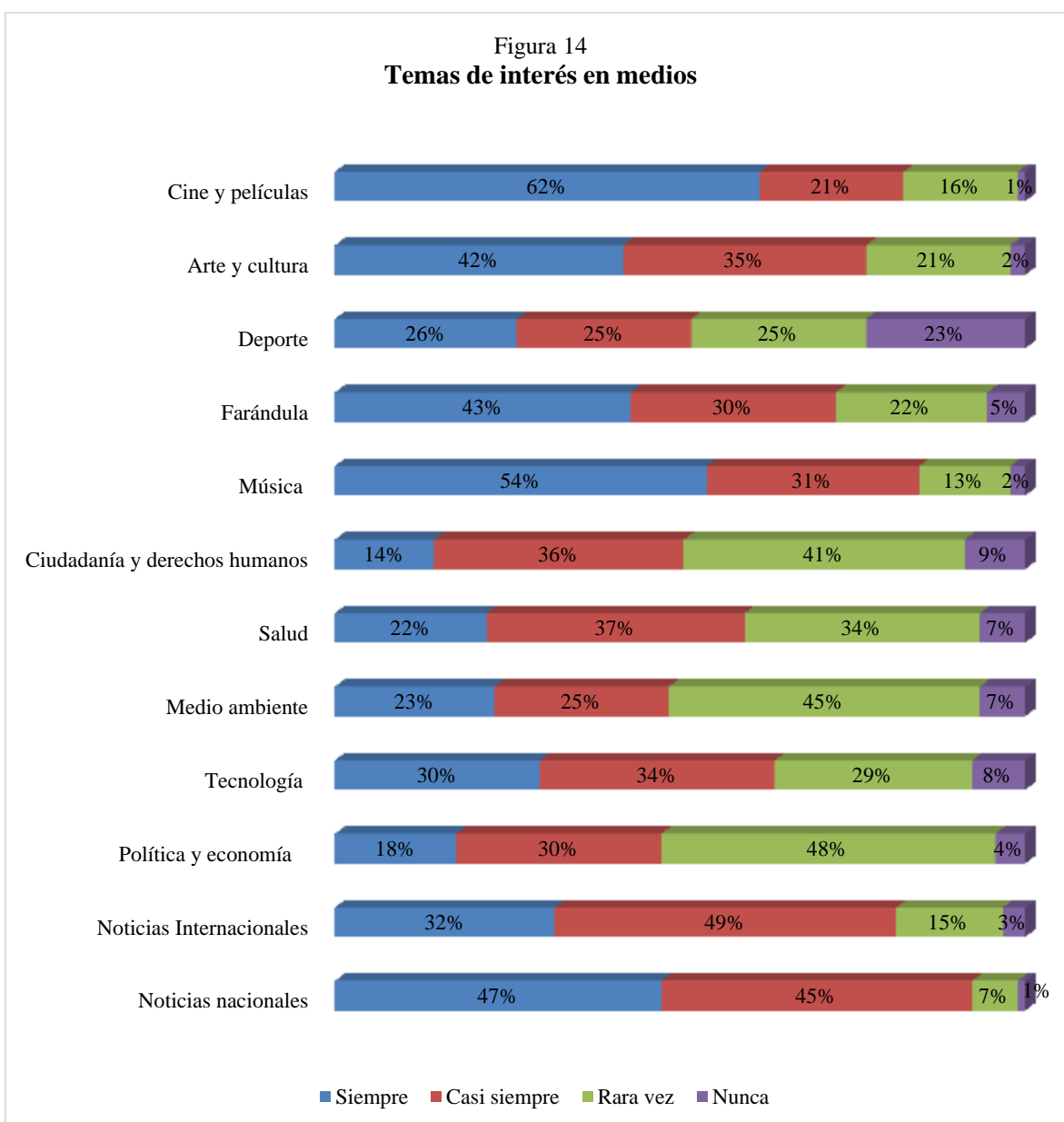
Otro elemento evaluado, son las características que consideran relevantes a la hora de elegir un medio de comunicación. En relación a este aspecto se evidencia que los **criterios de selección** son muy variados y no se concentran en un solo aspecto, ya que hubo poca diferencia en las diversas opciones presentadas. Sin embargo, destaca que un 25% se inclina a elegir aquellos medios que ofrezcan información variada y un 21% que sea ameno y entretenido y un 16% indica que sean de fácil acceso. Otras opciones tuvieron porcentajes muy similares.



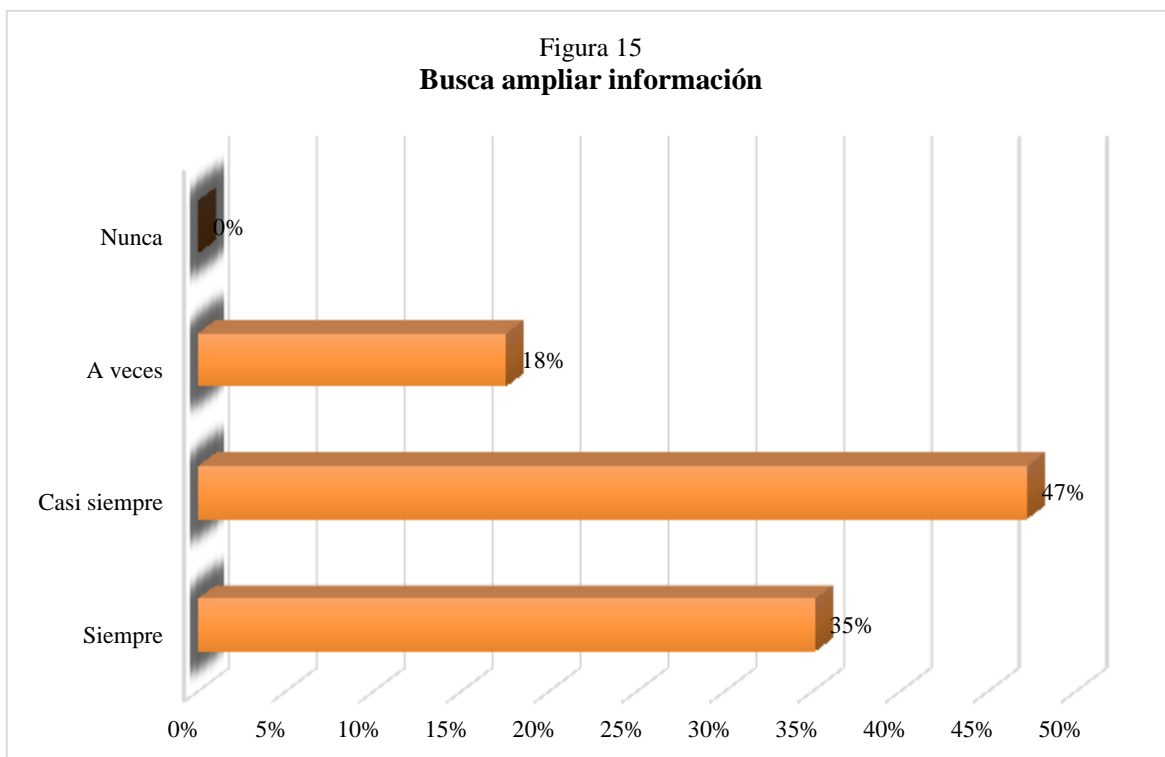
Al inclinarse por elementos de variedad informativa y entretenimiento, evidencia que los jóvenes visualizan los medios con algo muy versátil, que le permite entrar tener conocimiento de varias cosas. Por el contrario, un menor porcentaje (15%) considera poco importante el análisis a través de expertos, ya que esto implica mayor lectura y reflexión de los temas.

### Indicador: preferencia

Respecto a este punto se consultó acerca de **las temáticas** sobre las que les interesa informarse, y a través de una escala con ítems de frecuencia, se repite principalmente el interés en temas asociados al entretenimiento como el cine y las películas, con un 62% y la música con un 54%, así como las noticias nacionales con un 47%. En estos aspectos el interés es más frecuente en comparación con otras temáticas en donde, a pesar de haber más dispersión en los datos, devela que existe poco interés en temas como política y economía 48%, medio ambiente 45%, ciudadanía y derechos humanos 41%, los cuales rara vez son consultados.



Respecto a la intención por ampliar los temas que les interesan, solo un 35% busca hacerlo, un 47% casi siempre lo realiza y 18% lo hace a veces. Es decir, estos resultados coinciden con las características que consideran relevantes a la hora de elegir un tema, por un lado buscan variedad en la información y a la vez que sea ameno, de lo contrario prestaran poca atención o seguimiento a la información. Por lo tanto, debe haber una mayor demanda académica por el análisis y la reflexión de información, y a la vez, el desarrollo de competencias de investigación.



En el cuestionario se incluyeron otras preguntas que permitieran ampliar información sobre las preferencias que tienen con cada medio. De esa cuenta se consideró pertinente conocer de qué manera acceden al medio y las temáticas que prefieren, y en el caso del internet, el tiempo de uso y las actividades que realizan. A continuación se ofrece información de cada medio.

## RADIO



De acuerdo a los resultados, el 59% de los estudiantes suelen escuchar radio en el vehículo, y con porcentajes más bajos algunos otros estudiantes la escuchan en otros medios como un aparato de radio 19%, radio online 11% y un 10% a través del celular. Esto significa que la radio se escucha por muy poco tiempo, es decir en los momentos en los que se transportan de un lugar a otro, sobre todo porque los temas que generalmente escuchan son musicales 33%, humor y entretenimiento con un 19% y noticias solo un 15%.

Figura 16  
**Formato de Acceso**

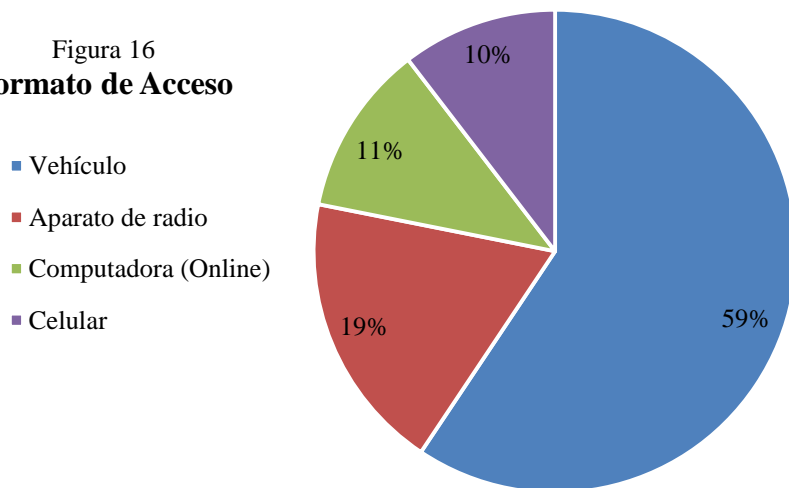
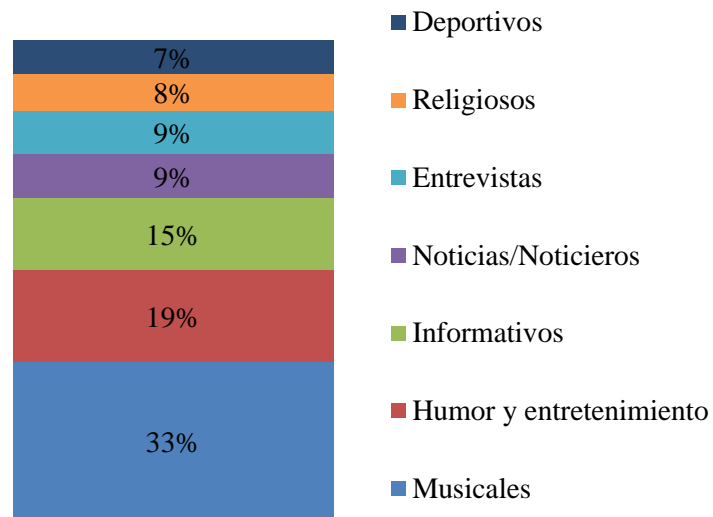


Figura 17  
**Temas que prefieren en radio**



## PERIÓDICOS



En el caso de los periódicos, se consultó sobre el formato al que suelen acceder y se evidencia, al igual que en la primera parte sobre lectura, 81% suelen leer el periódico en formato impreso y un 19% en versión online. Sin embargo, al consultar sobre los temas de lectura, no destacó con mayoría ninguna temática en especial, ya que la distribución de frecuencias fue muy diversa, aunque revela que un 16% se interesa por temas nacionales, 14% opta por la farándula y un 13% en temas sociales.

Figura 18  
**Formato de acceso**

- Formato impreso
- Formato Online

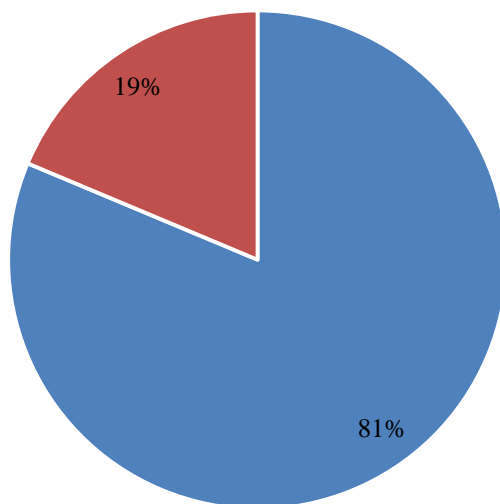
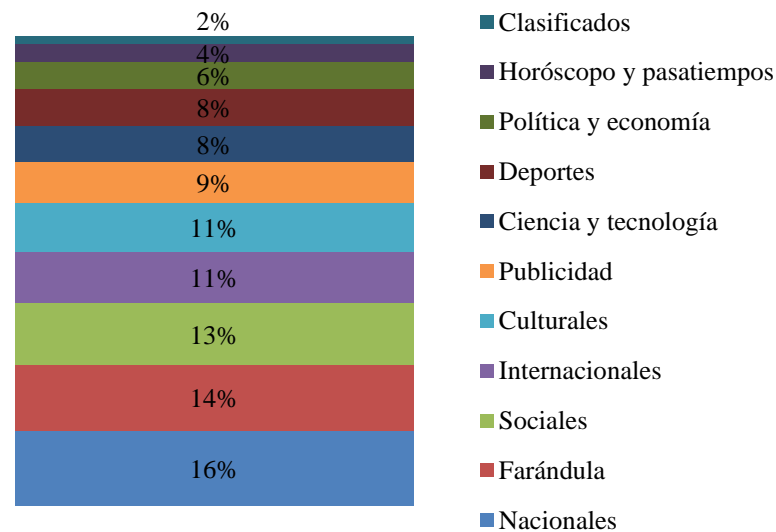


Figura 19  
**Temas que prefieren en periódicos**



## TELEVISIÓN



La televisión es uno de los tres medios más preferidos por los estudiantes y por ser un medio de acceso sobre todo a través de un aparato eléctrico, se consultó sobre el tipo de canales que preferían y un 51% indica sintonizar tanto nacionales como internacionales. La distribución de frecuencias en cuanto a los temas de interés también es muy variada y no se muestra un interés mayoritario en las temáticas consultadas en este medio.

Figura 20  
**Tipo de canales**

- Nacionales
- Internacionales
- Ambos

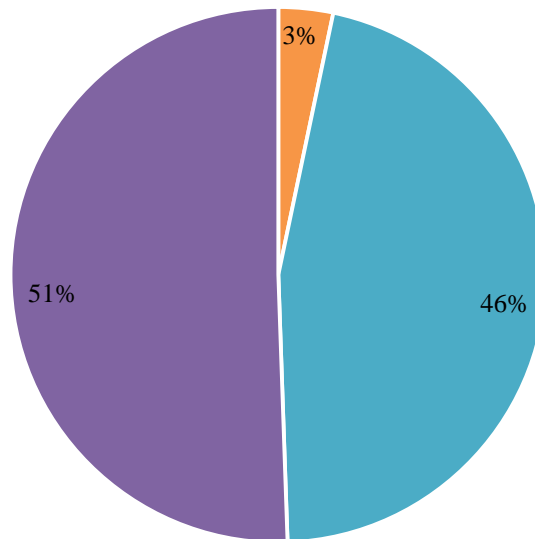
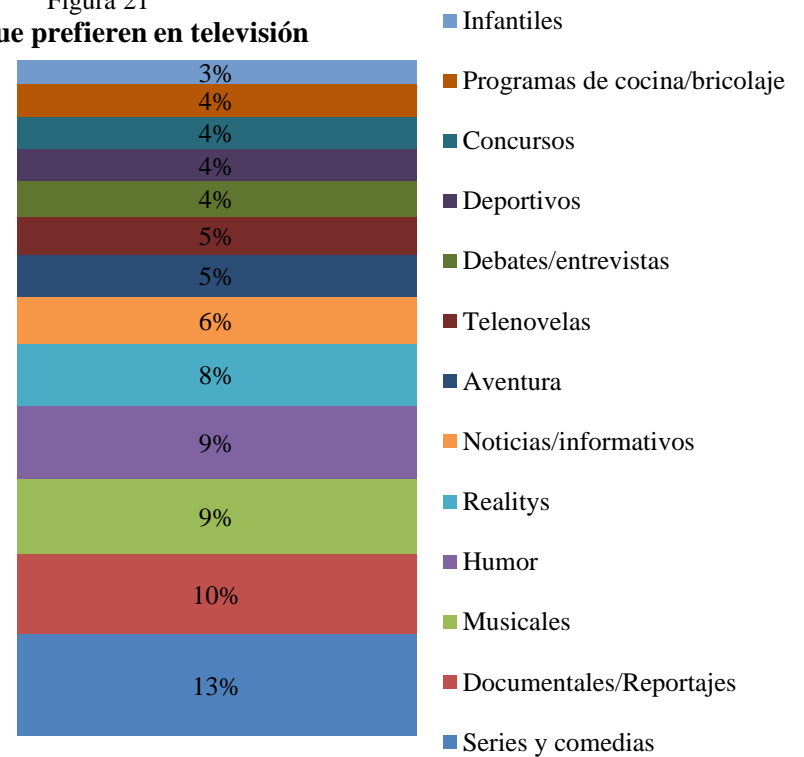


Figura 21  
**Temas que prefieren en televisión**





## INTERNET

En relación al internet, el 59% de los estudiantes confirman estar más de 4 horas activos o navegando y un 25% entre 2 y 4 horas. Entre las actividades que suelen realizar en este tiempo y con mayores porcentajes son la comunicación con otros a través de redes sociales, 18%; hacer tareas o estudiar 15%, buscar información o uso del correo electrónico 11%. Y entre las menos realizadas figuran actividades como leer periódicos o revistas 4%; escribir un blog 4% o interés por conocer otras personas 3%.

Figura 22  
**Horas de acceso**

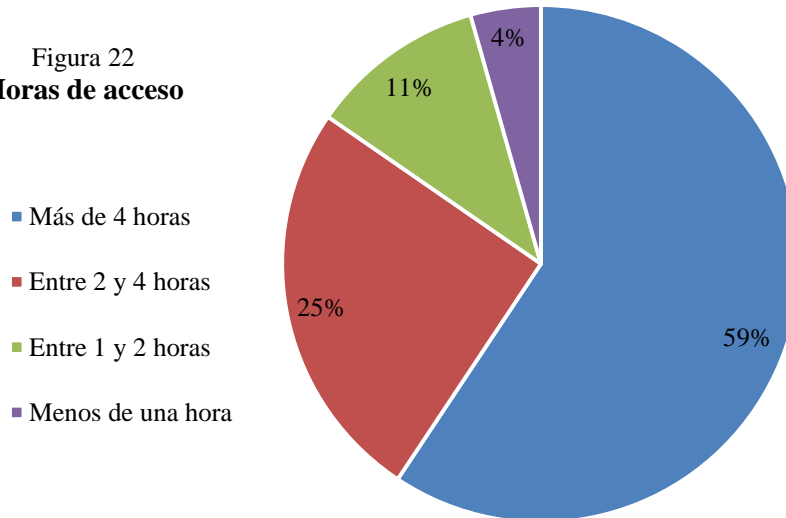
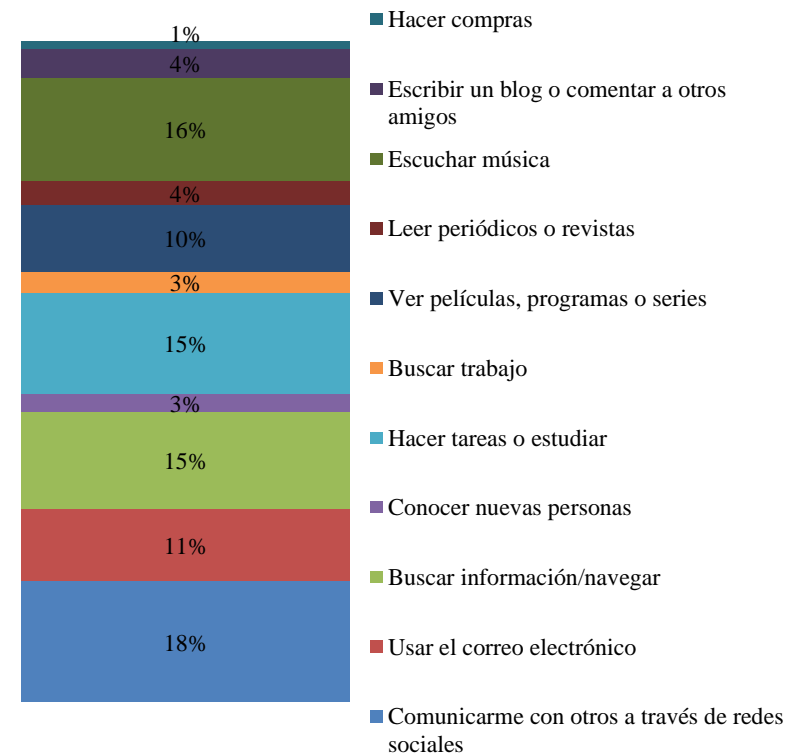


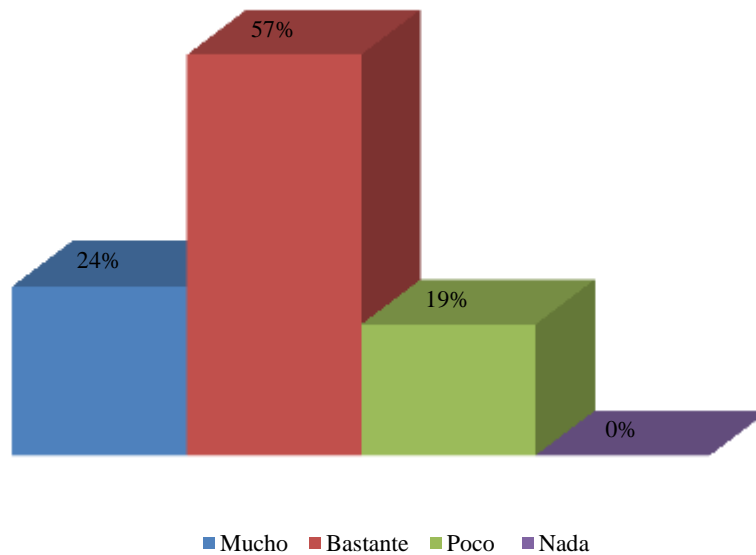
Figura 23  
**Actividades que realizan por internet**



## Influencia y apropiación en medios

Adicionalmente y por las características deseables en el perfil de ingreso de estudiantes de Ciencias de la Comunicación en relación al interés sobre el contexto mediático, se indagó sobre cómo perciben la influencia de los medios de comunicación, y de acuerdo a la escala de frecuencia presentada, el 57% suele sentirse bastante influenciado y sólo un 19% poco influenciado. Esto significa que aunque los jóvenes aún no tienen una visión amplia acerca de las funciones de los medios, si están en contacto directo a estos.

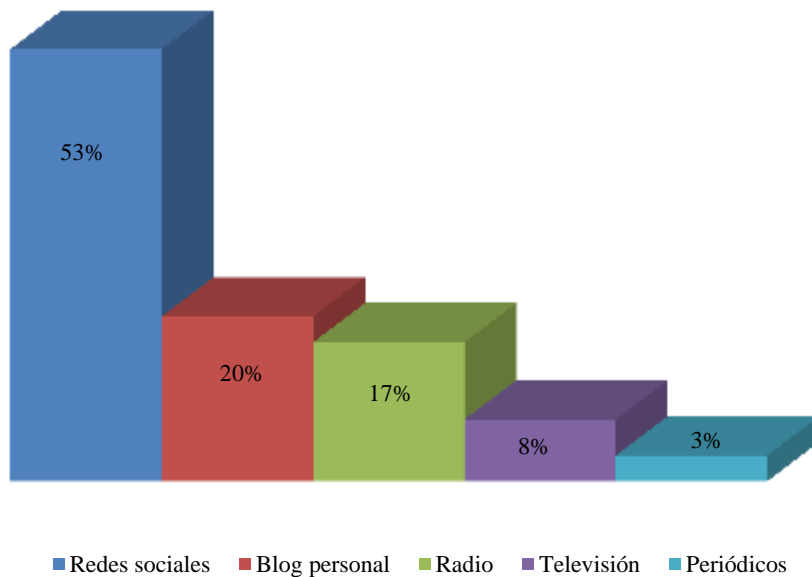
Figura 24  
**Influencia de medios**



## Apropiación de medios

Acerca de la apropiación que puedan tener los estudiantes respecto a los medios, se consultó sobre cuál consideraban era el medio más fácil para comentar o emitir opiniones y un 53% de los estudiantes considera que son las redes sociales y aunque con porcentajes bajos, el 20% considera que puede hacerlo a través de un blog, un 17% en radio y 8% en televisión. Por lo que este se convierte en un recurso que puede explotarse como herramienta que habilita en actividades de pensamiento, redacción e incluso investigación.

Figura 25  
Apropiación de medios



## V. DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Los propósitos del presente estudio se centraron en conocer las prácticas habituales que tienen los estudiantes de primer año de la licenciatura en Ciencias de la Comunicación, en relación a dos áreas importantes, relacionados al perfil de ingreso de la licenciatura. Estos dos aspectos se refieren por un lado, a los hábitos de lectura que poseen los estudiantes, de manera que al conocerlos se puedan tomar acciones de mejora, en las actividades académicas y docentes del programa y con ello reforzar una de las problemáticas más difíciles que enfrentan las universidades, bajo interés en la lectura.

Por otro lado, se consideró oportuno indagar en un área poco investigada en el país, como lo es el consumo de medios, sobre todo con estudiantes de una carrera universitaria que busca formarlos como mediadores y gestores de la comunicación social. De esta manera es importante contextualizar sobre las prácticas mediáticas de los jóvenes, en su etapa inicial de formación y continuar desarrollando las habilidades y competencias que la profesión requiere. Indagar sobre los hábitos indica Vélez (2009) permite tener evidencia sobre la segmentación de la población que está accediendo a la universidad y tener información para generar políticas académicas encaminadas a fortalecer las deficiencias en las prácticas o habilidades de los jóvenes en la época actual. Tal como concluyó en su estudio De Garay (2003) indicando que, en la medida que se logre tener mayor información sobre el perfil de los estudiantes y sus trayectorias escolares, las autoridades y el profesorado estarán en mejores condiciones para diseñar e implementar diversas políticas que atiendan a su población.

En ese sentido, se construyó un instrumento que permitiera no solo identificar las prácticas habituales en relación a lectura y consumo de medios de comunicación, sino además, el tiempo, uso y preferencias que tienen en ambos aspectos. Los resultados muestran la tendencia en general y resaltan aspectos muy significativos que pueden tomarse en cuenta para apoyar la trayectoria académica de los estudiantes, ya que como indica Holland, citado por Cirino (2013), el desarrollo de determinadas actividades, está influenciado por el ambiente en que se tienen, adicionalmente por las habilidades que una persona cree tener.

Achaerandio (2008) enfatiza la necesidad de algunas competencias genéricas esenciales para la vida, que permiten organizar el proceso de aprendizaje y enseñanza para la construcción de capacidades que favorezcan un desempeño exitoso de los estudiantes, una de ellas es la competencia lectora. En relación a los hábitos de lectura, se evidenció que los estudiantes tienen muy poco hábito o al menos no es una actividad que realicen en su tiempo libre. Es sobre todo una actividad que realizan para estudiar o hacer tareas principalmente y no porque tengan el gusto de realizarla. Al contrastar estos resultados con los obtenidos por Alvarez (2012) los estudiantes de Comunicación también tiene poco hábito y frecuencia lectora y los que leen lo hacen por necesidad de estudio y porque sus docentes se los proponen, no porque a ellos les interese hacerlo, con la diferencia de que sus sujetos eran de último año.

Como indica Rico (2008) hay tres maneras distintas de enfrentar la lectura: su utilización como actividad normal, en donde el individuo recurre por su propia voluntad a los materiales de lectura; como acción eficaz para satisfacer sus demandas cognitivas; en segundo lugar, se trata del acto repetitivo de la lectura de un tipo de textos, es decir a las preferencias e intereses lectores; y en último lugar, es la persistencia en una manera específica de leer, o bien la forma o el estilo de lectura. Pero para los estudiantes la lectura solo representa una actividad que se realiza porque involucra la adquisición de información, más que por interés e iniciativa propia. Se evidencia la necesidad de generar mayor conciencia en el uso de la lectura, asociado a los beneficios que representa para la generación de conocimiento.

Otro aspecto interesante fue descubrir que los estudiantes consideran que leen igual que antes, lo que significa que aún en el primer año de estudios no ven una diferencia o incluso mayor necesidad de lectura. Adicionalmente el grupo de estudiantes no es homogéneo en la forma en que asume las lecturas, ya que algunos pocos, menos del 40%, tienden a leer los textos de manera completa, otros solo leen una parte del texto y otros son más conscientes en decir que leen de manera superficial o sólo lo que les interesa; esto puede deberse a que ellos prefieren leer materiales impresos más que digitales y los materiales que leen están en línea, ya que son los que los profesores comparten a través del portal. Adicionalmente al no existir una adecuada instrucción para realizar las mismas, estas no se realizan eficientemente. Coincidentemente en el estudio de Paz y otros (2011) identificaron que los estudiantes, previo al ingreso a la

Universidad, le dedica el mínimo de tiempo a la lectura y un buen porcentaje de estudiantes reconoce no dedicarle ningún tiempo a la lectura.

Goldin y Zaid (2004) reconocen que el hábito de lectura, no depende de aspectos psicológicos o individuales, “sino de contextos sociales, institucionales o culturales en los que se desenvuelven las personas y que por consiguiente, le hacen accesible o restringen de prácticas de leer, escribir o pensar” (p. 217). Es necesario evaluar entonces, cuáles son las actividades que implementan los docentes en la vida universitaria para promover y motivar una lectura más consciente, ya que pareciera que no siempre el nivel de exigencia en la Universidad suele ser el mismo que en niveles anteriores, esto se evidencia con el estudio realizado por Guillermo (2013) en donde los estudiantes de nivel básico muestran mayor interés en la lectura y son más conscientes de los beneficios que se obtienen con la práctica de la lectura, en lo personal y académico.

Por ello, y ante la tarea de modificar malos hábitos, deben considerarse algunas actividades que permitan motivar a los estudiantes a tener procesos de aprendizaje significativos y la lectura guiada, es una competencia que le brinda tanto el manejo de nuevos conocimientos, como la riqueza de vocabularios.

En ese sentido, se indagó sobre las actividades que sugieren los docentes y se encontró que las actividades que promueven con mayor frecuencia son de construcción, es decir, requieren habilidades de escritura, como los son los resúmenes y síntesis, lo que está bien. Otras actividades como el desarrollo de esquemas o el uso de guías de lectura (preguntas y respuestas) son poco frecuentes. Tal como propone Carlino (2006) se deben desarrollar estrategias participativas en un proceso sistemático guiado por los docentes. Un proceso que pone al alumno como un agente que asume diferentes roles en su propio aprendizaje, fundamentalmente a través de la activación de la lectura comprensiva y la producción y creación de textos, resultado de su asimilación y apropiación de contenidos.

De acuerdo con Rico (2008) en las prácticas de lectura se añaden otros elementos como la actitud, el uso, la procedencia de lo que lee para el disfrute de dicha actividad. En cuanto al tipo de lectura que prefieren son las obras de literatura y revistas, que coincidan con el tipo de

lectura que suelen realizar a nivel diversificado, además de representar una lectura de entretenimiento y cultura general. Y con menor porcentaje, algunos muestran interés en la lectura de periódicos, blogs y foros, lo que se convierte en una buena estrategia para desarrollar aún más el hábito de la lectura, e incluso la escritura.

Gasol, Moras y Allen (2004) ponen de manifiesto la importancia de la lectura en la vida cotidiana, y sobre todo en la era de la imagen, los medios audiovisuales y los avances tecnológicos como el internet. Esta ha aumentado y a la vez modificado sus funciones. Sin embargo, en relación a la preferencia en el formato de lectura, la mayoría prefiere aún el formato impreso y no digital. Estos datos están muy relacionados con el tipo de materiales que leen, ya que el acceso a obras de literatura, especialmente en el nivel diversificado, se mantiene en material impreso. Y en el caso de materiales como blogs y foros, su lectura se realiza en formato digital.

En cuanto a la frecuencia con la que leen libros u otros textos y el número de horas dedicadas a la lectura, se identificó que los estudiantes de primer año, no tienen un hábito diario de lectura, sino de algunas veces a la semana y en general, las horas dedicadas en estos días es entre 2 y 5 horas. Es decir, los estudiantes están leyendo únicamente para realizar tareas o actividades impuestas por sus docentes. Como se sabe, la lectura es y debe ser una actividad para generar aprendizajes. Una vez se desarrolla esta competencia, progresivamente se darán diversos elementos que motiven o no a realizar actividades de lectura, entre ellas académicas, de entretenimiento o simplemente para la adquisición de nuevos conocimientos. De ahí la importancia de desarrollar actividades a nivel individual, pero guiados por los profesores, donde puedan practicar actividades de lectura, comprensión y redacción.

Como indica Solé (2004), al encontrar la utilidad de la lectura, en función de unos intereses propios por aprender, se cuenta con los recursos para realizarla (estrategias) y una actitud motivadora para enfrentarla. Como en cualquier proceso de aprendizaje y enseñanza, el maestro cumple un papel importante en la formación de sus estudiantes, pues se convierte en una guía que el alumno necesita para irse apropiando por sí mismo de las herramientas que le permitan un mejor aprendizaje.

Comúnmente se piensa que estos nuevos avances y accesos a la información han deteriorado las habilidades de lectura. Pero como sugieren Gasol y otros (2004), esto no debe confundirse con el canal utilizado, ya que en alguna medida, todos requieren una forma de lectura. Por lo tanto, lo que se requiere es adoptar nuevas medidas para enfrentar este desafío que propone la sociedad de la información y conseguir que verdaderamente los jóvenes tengan las herramientas para desarrollar verdaderos procesos de lectura.

Por otro lado, en relación al consumo de medios de los jóvenes universitarios, se evidencia como indica Sunkel (2006), que los medios de comunicación son un fenómeno cultural a través del cual la gente, vive la constitución del sentido de su vida y a su vez los estudios sobre esos consumos permiten reflexionar acerca de los modos de ver, leer y usar esos medios, relacionándolos a su vida cotidiana. De esa cuenta se pudo establecer que el medio de mayor preferencia son las redes sociales y le siguen la televisión y la radio. En el caso de las redes sociales, la preferencia está muy asociada a la accesibilidad que se tiene por medio de la tecnología móvil y que desde luego facilita el internet. En esa misma línea concuerdan los resultados obtenidos por Iglesias y González (2012) al evaluar a jóvenes universitarios de España, identificando que el consumo de medios de comunicación se centra en la televisión e Internet, como los medios más usados por la mayoría de los alumnos y concluyen que los jóvenes actuales son completamente nativos digitales, que han crecido en un contexto mediático y tecnológico que debe aprovecharse. Sin embargo, sino se orienta sobre el uso adecuado de estos, puede no ser de mucha utilidad para los jóvenes o bien para los docentes.

Tal como sugiere la Comisión Económica para América Latina y el Caribe -CEPAL- y Organización Iberoamericana de la Juventud -OIJ- (2004), la juventud tiene proporcionalmente mayor participación en redes digitales que otros grupos, y también más acceso a información, debido a su nivel de escolarización y de consumo de los medios de comunicación, aunque suelen participar menos de espacios decisorios de la sociedad, lo que genera expectativas de autonomía, pero que muchas veces les excluye de contemplar un verdadero proyecto de vida social.

De esa cuenta es oportuno trabajar con los estudiantes para orientar la experiencia transversal en el uso y análisis de otros medios como el periódico o la radio, que son menos frecuentados



por los jóvenes, pero que le ayudaran a tener un mejor criterio y análisis en temas de interés. Ya que como indica Fuentes Navarro citado por Luna (1994), en la formación de profesionales de comunicación debe generarse una mayor articulación de la teoría para que las prácticas tengan mayor sentido y eficacia; los soportes tecnológicos deben abordarse desde el contexto político, económico y social que las genera, de manera que el estudiante tenga capacidad de enfrentarse a situaciones concretas y desarticular cada una de los elementos que la componen para su comprensión.

En relación a los motivos del uso y consumo de estos medios, los estudiantes los utilizan especialmente por entretenimiento y algunos otros para informarse y para hacer tareas académicas. Estos datos coinciden con los resultados de Becerra (2007) cuando establece que las prácticas mediáticas de los estudiantes están vinculadas a elementos simbólicos que derivan principalmente, de las actividades y necesidades que tienen como jóvenes, especialmente las que son de goce o disfrute y las que tienen que ver con tareas escolares. Adicionalmente, estos datos están estrechamente relacionados al tipo de medios que prefieren, por un lado las redes sociales en donde la información es constante y activa y la televisión y la radio por ejemplo, suelen ser más informativos. Adicionalmente casi la mitad de la muestra, considera que es muy importante utilizarlos, un dato completamente asociado al perfil requerido en la carrera. Los jóvenes se vinculan de una forma especial hacia los medios, van adoptando su propio estilo de vida, su propia identidad. Como indican Badillo y Marengi (2003, p. 67) “los medios operan en múltiples dinámicas vitales de los jóvenes; contribuyen a la diversificación e individualización de los mundos y estilos de vida, en la construcción de la identidad, en la creación de valores -y en la destrucción de otros-”.

De esa cuenta, la accesibilidad y la variedad en la información son aspectos importantes en la utilización de un medio, aunque para esta población los temas sobre los que les interesa informarse, están asociados a dos aspectos, por un lado al entretenimiento como el cine, las películas y la música, y por otro lado, aunque si mantienen interés en temas de carácter nacional, hay una baja preferencia sobre aquellos asociados a política, economía, medio ambiente o ciudadanía.

Luna (1994) advierte que las universidades deben procurar que los profesionales en comunicación sean mediadores en la solución de problemas sociales, a través de la comunicación y no en el simple manejo de medios. Por lo que es urgente prestar atención a la falta de interés que muestran los estudiantes en temas de carácter social, de ahí la importancia por considerar las percepciones de los jóvenes en diversos temas. Debe motivarse más a los estudiantes por conocer, investigar e indagar sobre temas sociales, ya que para un comunicador es fundamental conocer el contexto y realidad del país.

Coll y Valls (1992) destacan la importancia de desarrollar habilidades relacionadas a la búsqueda de información, pensamiento crítico y analítico, comunicación verbal y escrita, desarrollo de habilidades sociales y trabajo en equipo, entre otros. Esto requiere fundamentalmente conocer cómo vienen los estudiantes que ingresan a la Universidad y con ello implementar acciones que orientaran un mejor desarrollo de las competencias necesarias.

Positivamente estos jóvenes si muestran interés por profundizar sobre aquellos temas que les interesan, lo que no tienen son herramientas idóneas para hacerlo. Por ello, debe darse una mayor demanda académica que motive al análisis y reflexión de información, lo que incidirá también en el desarrollo de competencias básicas de investigación. Castells (1998) citado por Achaerandio (2003) indica que la educación de hoy en día, debe permitirle al alumno generar por sí mismo una sólida capacidad intelectual entendida ésta, como la capacidad que tendrá de encontrar la información pertinente y necesaria para atender o aplicar ese conocimiento a cualquier situación que se le presente, considerando para esto criterios de significatividad, complejidad y de carácter procedimental.

El fin de la licenciatura en Ciencias de la Comunicación de la Universidad Rafael Landívar es formar comunicadores sociales con pensamiento crítico y propositivo, así como habilidades y destrezas en la gestión de la comunicación que contribuyan a la transformación de la realidad social. Como indica Coll (1991), es necesario contar con una estructura y diseño curricular que guíe las actividades académicas y educativas que permitirán formar a los estudiantes en competencias, con carácter integrador del conocimiento en cada uno de los niveles.

## VI. CONCLUSIONES

A partir de los resultados de este estudio, se confirma que aunque existen hábitos de lectura y consumo de medios en los estudiantes que ingresan a la licenciatura en Ciencias de la Comunicación, aún existen algunas debilidades que deben fortalecerse para orientar las prácticas de los estudiantes, específicamente en la formación de competencias actitudinales, procedimentales y conceptuales para efectuar tareas o hacer frente a situaciones diversas, de forma eficaz en un contexto determinado, en relación a las demandas propias de la carrera.

### **Hábitos de lectura**

1. En cuanto a la lectura que poseen los estudiantes, se evidenció que tienen muy poco hábito de lectura o al menos no es una actividad que realicen en su tiempo libre, sino por el contrario es una actividad que llevan a cabo para estudiar, hacer tareas o buscar información. Es decir, es una actividad realizada con poco interés e iniciativa propia.
2. El tipo de lectura que mayormente realizan son de entretenimiento e informativo y están asociadas a obras de literatura, revistas, y algunos pocos casos suelen interesarse por la lectura de periódicos, blogs y foros.
3. Los estudiantes consideran que leen igual que antes de ingresar a la carrera, lo que significa que durante el primer ciclo de estudio, no han sentido una diferencia o exigencia en los hábitos de lectura. Adicionalmente la forma en que asumen las lecturas es muy diversa en el grupo de estudiantes, ya que algunos pocos, leen de manera completa los textos, otros solo leen una parte del texto y todavía algunos leen solo lo que les parece interesante.
4. Se identificó que dentro de las actividades de lectura que les sugieren los docentes, son las que especialmente requieren habilidades de escritura básicas, como los son los resúmenes y síntesis. Esto puede incidir en una baja o nula motivación por realizar una lectura más constructiva y efectiva para el proceso de aprendizaje.

5. En relación al formato de lectura, la mayoría de los jóvenes prefieren el formato impreso y no digital. Estos datos están muy relacionados con el tipo de materiales que leen, ya que el acceso a obras de literatura, especialmente en el nivel diversificado, se mantiene en material impreso y en la universidad es sobre todo digital. Por lo que deben proporcionarse más estrategias e instrucciones idóneas para atender a las lecturas con más detalle.
6. En cuanto a la frecuencia con la que leen libros u otros textos y el número de horas dedicadas a la lectura, se identificó que los estudiantes de primer año, no tienen un hábito diario de lectura, sino de algunas veces a la semana y en general, las horas dedicadas en estos días es entre 2 y 5 horas. Es decir, los estudiantes están leyendo únicamente para realizar tareas o actividades impuestas por sus docentes.

### **Consumo de medios**

7. Sobre el consumo de medios, estos jóvenes prefieren particularmente medios audiovisuales como lo son las redes sociales, la televisión y la radio, y su uso está asociado al entretenimiento. Unos pocos aprovechan el carácter informativo que poseen.
8. Los factores determinantes en la utilización de estos medios son la accesibilidad que poseen y la variedad de informativa que ofrecen, especialmente porque los jóvenes tiene proporcionalmente mayor participación en redes digitales y también más acceso a información.
9. Los temas sobre los cuales prefieren informarse a través de los medios, están relacionados al entretenimiento como el cine, las películas y la música, y con muy baja preferencia por temas relacionados a política, economía, medio ambiente o ciudadanía.
10. En cuanto a la frecuencia de acceso a los medios, tanto las redes sociales, como la televisión y la radio son utilizados especialmente a diario y los periódicos o blogs, son

menos frecuentes, justamente porque requieren destrezas de lectura y mayor tiempo de atención.

11. Las preferencias y usos son muy similares en cada medio, ya que coinciden en utilizarlos como fuentes de información y entretenimiento, asociados a características que tienen que ver con acceso, gustos e intereses propios de su estilo de vida.
12. El consumo de medios se concentran en actividades breves y que requieren corta atención. Sin embargo, el grupo si está en contacto con la diversidad de medios que se presentaron.

## VIII. RECOMENDACIONES

### **Al departamento de Ciencias de la Comunicación:**

1. Se recomienda trabajar con el cuerpo docente para evaluar el tipo de actividades y metodologías que utilizan en sus cursos, sobre todo en aquellas que requieren la lectura de materiales y, reflexionar de manera conjunta, sobre cómo las utilizan y cuál es el acompañamiento e instrucción que ofrecen a sus estudiantes para asumir con mayor criterio los recursos y materiales de lectura. Además, es importante establecer criterios en la planificación de actividades, considerando las características de los estudiantes en cada una de las etapas de formación durante la carrera.
2. Es necesario que el departamento tenga mayor control y seguimiento con los docentes, sobre la planificación y desarrollo adecuado de actividades de lectura comprensiva, así como los niveles de exigencia que pueden tener hacia los estudiantes, desde el primer año de estudios hasta el último. Este es un proceso que puede darse de manera sistemática, a través de la revisión de los programas de cursos, consulta del portal académico y tutorías de seguimiento a estudiantes.
3. Establecer como requisito dentro el programa de cursos, la incorporación de actividades de análisis y crítica de medios, lectura de periódicos, creación de blogs y foros virtuales, como estrategias para desarrollar competencias de análisis, comprensión e incluso escritura madura, lo que contribuirá en una lectura más consciente para enfrentar el desafío que propone la sociedad de la información. Aunque estas actividades debieran realizarse en la reflexión de cada uno de los cursos, pueden trabajarse en asignaturas específicas de redacción como Taller de expresión escrita, Géneros periodísticos, Producción multimedia o en los de análisis como Opinión pública, Estado, democracia y ciudadanía, Análisis semiótico, entre otros.
4. Se recomienda capacitar a todos los docentes de la carrera en temas de uso y dominio de tecnologías de la información y comunicación para que puedan utilizarlas como herramientas de aprendizaje y enseñanza, pero además, proporcionar a los estudiantes,

herramientas que les orienten sobre el uso y consumo adecuado de las nuevas tecnologías con las que suelen estar más familiarizados. De esta manera el estudiante podrá contar con recursos críticos para el acceso, búsqueda y análisis de información.

5. Se recomienda al Departamento de Ciencias de la Comunicación, implementar a través del Centro de Orientación Universitaria una prueba diagnóstica, adicional a la evaluación de admisión, en la que se establezcan otros elementos como por ejemplo, hábito de lectura, técnicas de estudio, motivos que impulsan a estudiar la carrera, así como expectativas profesionales y con ello implementar acciones que orienten un mejor desarrollo de las competencias necesarias para la carrera.

#### **A los docentes de la licenciatura en Ciencias de la Comunicación:**

6. Asumir un mayor compromiso en la formación de comunicadores sociales, elevando el nivel de exigencia hacia los estudiantes, fundamentalmente en actividades de lectura comprensiva y la producción y creación de textos. Esto a su vez requerirá mayor instrucción y acompañamiento docente, lo que incidirá en una mejor asimilación y apropiación de contenidos y con ello evitar la lectura superficial de textos.
7. Se recomienda a todos los docentes de la licenciatura en Ciencias de la Comunicación, sin excepción, desarrollar actividades que motiven a los estudiantes a conocer, investigar e indagar sobre temas sociales, ya que para un comunicador es fundamental conocer el contexto y realidad del país. Los medios ofrecen una gran diversidad de información, pero el énfasis en la formación no debe centrarse en el conocimiento y manejo de medios, sino en el análisis y reflexión para la solución de problemas sociales.
8. Motivar el desarrollo de experiencias transversales en el uso y análisis de otros medios como el periódico o la radio, que son menos frecuentados por los jóvenes, y practicar la discusión y análisis en diversos temas que le ayudarán a tener un mejor criterio y conocimiento de la realidad. Algunos cursos que pueden ser plataforma para estas actividades son Introducción a la comunicación, Teorías de la Comunicación,

Comunicación para el Desarrollo, Radio para el desarrollo social, Comunicación política, entre otros.



#### **IV. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

- Achaerandio, L. (2003). Constructivismo cognitivo y algunas aplicaciones educativas. Material elaborado para el Programa Centroamericano de Formación de educadores en servicio, programa conjunto de la Universidad Rafael Landívar y la Provincia Centroamericana de la Compañía de Jesús.
- Achaerandio, L. (2008). Competencias fundamentales para la vida. Guatemala: Centro de Actualización Psicopedagógica-URL.
- Achaerandio, L. (2010). Introducción a algunos importantes temas sobre educación y aprendizaje. (1ra. Ed.) Colección: Educación y Aprendizaje, No. 1. Programa de Fortalecimiento Académico de Campus y Sedes Regionales PROFASR. Universidad Rafael Landívar. Guatemala.
- Aguirre, A. (1994). Psicología de la Adolescencia. (1ra. Ed.). México: Alfaomega Grupo Editores, S.A. de C.V.
- Aiken, L. (2003). Test psicológicos y evaluación. (10ª. Ed.) México: McGraw-Hill Educación.
- Alvarez, Y. (2012). Hábitos de lectura en los estudiantes del noveno semestre de licenciatura en Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala. (Tesis de licenciatura inédita). Universidad de San Carlos de Guatemala. Guatemala.
- Aspe, V. y López, A. (1999). Hacia un desarrollo humano valores, actitudes y hábitos. México, D.F Noriega.
- Badillo, A. y Mareng, P. (2003). La juventud: entre los viejos y los nuevos medios de comunicación. Estudios de Juventud N.º 61/04, 65-77 Recuperado de [http://www.injuve.es/sites/default/files/NUM61\\_6art.pdf](http://www.injuve.es/sites/default/files/NUM61_6art.pdf)

- Becerra, A. (2007). Prácticas y consumo mediático de estudiantes universitarios. Artículo de [Documentación en Ciencias de la Comunicación](#). México DF. [ITESO-CONACYT](#).
- Benassini, C. (2011). Escuelas de comunicación en México: ¿realidad o imaginario social?. Revista Diálogos de Comunicación. Revista Diálogos de la Comunicación. Disponible en <http://www.dialogosfelafacs.net/wp-content/uploads/2012/01/63-revista-dialogos-el-imaginario-social-del-comunicador>
- Blackemore, S.y Frith, U. (2008). Cómo aprende el cerebro. Las claves para la educación. Argentina: Ediciones Novedades Educativas.
- Carlino, P. (2006). Escribir, leer y aprender en la universidad. (2ª. Ed.). México: Fondo de Cultura Económica.
- Casado, E. (1995). De la orientación al asesoramiento psicológico: una selección de lecturas. (2ª. Ed.) Caracas: Anauco Ediciones, C. A.
- Castillo, E. y Tapia, M. (1997). La formación de comunicadores ante los nuevos retos. Revista Perfiles Educativos, No. 75. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=13207507>
- Casullo, M. (1994). Proyecto de vida y decisión vocacional. Buenos Aires: Paidós.
- Coll, C. (1991). Un modelo de currículum. En Psicología y Currículum. Barcelona: Paidós.
- Coll, C. y Valls, E. (1992). El aprendizaje y la enseñanza de los procedimientos. En los contenidos de la Reforma. Madrid: Santillana
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe -CEPAL- y Organización Iberoamericana de la Juventud -OIJ- (2004). La juventud en Iberoamérica. Tendencias y desafíos. (2da. Ed.). Buenos Aires, Argentina.

Cirino, G. (2013). Origen, desarrollo y naturaleza de los intereses. Editorial Palibrio / Author Solutions (edición digital).

De Garay, A. (2003). El perfil de los estudiantes de nuevo ingreso de las universidades tecnológicas en México. El Cotidiano, vol. 19, núm. 122, 75-85 Universidad Autónoma Metropolitana Azcapotzalco México. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=32512209>

Echeverría, B. (2008). Orientación profesional. Catalunya: Editorial UOC Universitat Oberta.

Facultad de Humanidades. (2010). Adecuación y actualización de la Malla Curricular de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación. Universidad Rafael Landívar. Guatemala

Facultad de Humanidades. (2012). Modelo educativo, curricular y psicopedagógico del Departamento de Ciencias de la Comunicación. Universidad Rafael Landívar. Guatemala

Figuerola, L. (2008). Factores que influyeron en la elección de carrera de estudiantes de primer año de la Facultad de Humanidades de la Universidad Rafael Landívar que recibieron orientación profesional. (Tesis de licenciatura inédita). Universidad Rafael Landívar. Guatemala.

Fragar, R. y Fadiman, J. (2010). Teorías de la personalidad (6a. ed.) México: Alfaomega

Galindo, J. y Luna, C. (1995). Campo académico de la comunicación. (1ra. Ed.) México: Consejo Nacional para la Cultura y las Artes.

García, N. (1995). Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización. México: Editorial Grijalbo, S.A. de C.V.

- García, N. (2004). Culturas juveniles en una época sin respuesta. Revista de Estudios sobre Juventud. Año 8, No. 20, 43-53. México, DF
- Garza, J. (2004). Valores para el ejercicio profesional. (1ra. Ed.). México: MacGraw –Hill Interamericana, S.A.
- Goldin, G. y Zaid, D. (2006). Encuesta Nacional del Lectura. Informes y Evaluaciones. (1ra. Ed.). México: Dirección General de Publicaciones y Fomento Editorial.
- González, M., Luque, R., Bocourt, J. (2008). Características de los estudiantes de nuevo ingreso de la Universidad de Zulia. Formación Gerencial, año 7, No. 1. Maracaibo, Venezuela. Recuperado de [http://books.google.es/books?id=uinyoZ\\_5WjgC&num=14&hl=es](http://books.google.es/books?id=uinyoZ_5WjgC&num=14&hl=es)
- González, J. y Wagenaar, R. (Editores) (2003). Tuning Educational Structures in Europe. Informe Final, Fase UNO. Bilbao: Universidad de Deusto.
- Guillermo, L. (2013). Hábito de lectura en adolescentes de 13 a 14 años del colegio Loyola. (Tesis de licenciatura inédita). Universidad Rafael Landívar. Guatemala.
- Hernández R., Fernández C., Baptista P. (2010). Metodología de la Investigación. (5ta. Ed.). México: McGraw Hill.
- Herrera, E. y Burgoa, T. (2013). La Importancia del Perfil Vocacional en la Visión del Estudiante Universitario: Caso de Estudio en Facultades de la Universidad Autónoma de Nuevo León, UANL. Revista Internacional Journal of Good Conscience 8(2), 23-47. Recuperado de [http://www.spentamexico.org/v8-n2/A2.8\(2\)23-47.pdf](http://www.spentamexico.org/v8-n2/A2.8(2)23-47.pdf)
- Iglesias, M., González, C. (2012). Radiografía del consumo de medios de comunicación en estudiantes universitarios. Universidad de Alicante. Revista de Comunicación y Tecnologías Emergentes. España Vol.10/ No.3 – pp. 100/115

- López-Justicia, M. D. (2008). Características formativas y socio afectivas del alumnado de nuevo ingreso en la Universidad. Revista Electrónica de Investigación Psicoeducativa, No. 14, Vol. 6 (1). Recuperado de <http://www.investigacion-psicopedagogica.org/revista/new/ContadorArticulo.php?232>
- Luna, C. (1994). El objeto académico en la enseñanza de la comunicación. Siete versiones y un comentario. Revista: Estudios sobre las Culturas Contemporáneas VI (17). Recuperado de <http://www.redalyc.org/resumen.oa?id=31661711>
- Marcuschamer, E. (2008). Orientación Vocacional. (3ra. Ed.). México: MacGraw Hill Interamericana, Editores S.A. de C.V.
- Mayer, R. (2004). Psicología de la Educación. Vol. II. Madrid: Pearson Educación.
- Morales, P. (2006). Medición de actitudes en psicología y educación. (3ra. Ed.). Gráficos ORMAG. España. Recuperado de <http://books.google.com.gt/books?id=bnATYNmjP0cC&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false>
- Morales, P. (2011). Guía para construir cuestionarios y escalas de actitudes. Universidad Rafael Landívar. Guatemala: Editorial Cara Parens.
- Mora, J. (1998). Acción tutorial y orientación educativa. (5ta. Ed.) Narcea, S.A. de Ediciones. Madrid. Recuperado de [http://books.google.com.gt/books?id=E5P5\\_xDBYcIC&pg=PA19&dq=actitudes+vocacionales&hl=es-419&sa=X&ei=HJVEVMr1OJWTgWS\\_tICoCQ&ved=0CEYQ6wEwCDgK#v=onepage&q=actitudes%20vocacionales&f=false](http://books.google.com.gt/books?id=E5P5_xDBYcIC&pg=PA19&dq=actitudes+vocacionales&hl=es-419&sa=X&ei=HJVEVMr1OJWTgWS_tICoCQ&ved=0CEYQ6wEwCDgK#v=onepage&q=actitudes%20vocacionales&f=false)
- Morris, Ch. y Maisto, A. (2005). Psicología. (10ma. Ed). México: Pearson Educación.

- Muñoz, G. (2008). El consumo juvenil en la sociedad mediática. *Revista Dossié*. Vol. 5 N. 12. Recuperado de <http://revistas.univerciencia.org/index.php/comunicacaomidiaconsumo/article/view/6857/6193>
- Ortiz, M. y Rodríguez, D. (2011). El perfil de entrada de los alumnos de grado en las facultades de comunicación de las universidades de Madrid: el caso de la Summer Media School de la fundación FIDES/UFV. *Vivat Academia*. N° 114. Recuperado de <http://www.ucm.es/info/vivataca/numeros/n114/DATOSS.htm>
- Papalia, D., Wendkos, S., Feldman, R. (2009). *Psicología del Desarrollo*. México: McGraw-Hill Educación.
- Paz, A., Rocha, O., Gonzáles, G., Alvéstegui, M. (2011). *Cómo leen y escriben los bachilleres al ingresar a la universidad: diagnóstico de competencias comunicativas de lectura y escritura* La Paz: Universidad Católica Boliviana San Pablo. Fundación PIEB.
- Pérez, E., Pássera, F. Osuna, M. (2005). *Orientación, información y educación para la elección de carrera*. Buenos Aires: Paidós.
- Rico, J., (2008). *Cómo enseñar el objeto cultural*. Madrid: Silex Ediciones.
- Rodríguez, M. (2003). *Cómo orientar hacia la construcción del proyecto profesional: autonomía individual, sistema de valores e identidad laboral de los jóvenes*. Bilbao. Desclée de Brouner. Recuperado de <http://rabida.uhu.es/dspace/bitstream/handle/10272/2064/b15168281.pdf?sequence=1>
- Solé, I. (2004). *Estrategias de lectura*. (5ª. Ed.). Barcelona, Graó Ediciones.
- Sunkel, G. (2006). *El consumo cultural en América Latina*. (2da. Ed. ampliada y revisada). Colombia: Ediciones D´Vinni Ltda.

Toribio, P. (2011). Expectativas profesionales de los estudiantes de Comunicación Social de Santo Domingo, República Dominicana. (Tesis de Maestría). Pontificia Universidad Católica Madre y Maestra. Recuperado de [http://com-pucmm.org/moodle/file.php/1/Tesis/Ano\\_2011/Expectativas\\_profesionales\\_de\\_los\\_estudiantes\\_de\\_Comunicacion\\_Social\\_de\\_Santo.pdf](http://com-pucmm.org/moodle/file.php/1/Tesis/Ano_2011/Expectativas_profesionales_de_los_estudiantes_de_Comunicacion_Social_de_Santo.pdf)

Universidad Rafael Landívar. (2007). Reglamento de Evaluación Académica para programas de pregrado. Documento institucional URL.

Vélez Ramírez, A. (2009). La adquisición de hábitos como finalidad de la educación superior. Colombia: Universidad de La Sabana. Disponible en <http://site.ebrary.com/lib/elibrorafaelandivarsp/reader.action?docID=10345271>

Woolfolk, A. (2006). Psicología Educativa. (9ª. Ed.). México: Pearson Educación.

Zabala, A. y Arnau, L. (2007). 11 Ideas clave: como aprender y enseñar competencias. Barcelona, España: Editorial Grao (capítulos 1, 2 y 3).

# ANEXOS



### CUESTIONARIO SOBRE HÁBITOS DE LECTURA Y CONSUMO DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN

**Instrucciones:** El presente es un instrumento de diagnóstico que permitirá conocer sus hábitos en diferentes aspectos de su vida diaria, por favor responda con toda sinceridad. Marque con una X sobre la respuesta que considere corresponde a su forma de actuar.

SEXO	HOMBRE		JORNADA	MATUTINA	
	MUJER			VESPERTINA	

#### PRIMERA PARTE. HÁBITOS DE LECTURA

1. ¿Acostumbra a leer en tu tiempo libre?

Siempre	Casi siempre	A veces	Nunca
---------	--------------	---------	-------

2. ¿Qué tipo de materiales prefiere leer?

Libros científicos	<input type="checkbox"/>
Revistas	<input type="checkbox"/>
Periódicos	<input type="checkbox"/>
Comics	<input type="checkbox"/>
Poesía	<input type="checkbox"/>
Obras de literatura	<input type="checkbox"/>
Blogs, foros	<input type="checkbox"/>
Otro	<input type="text"/>

3. Usted prefiere leer en:

Formato impreso	Formato digital
-----------------	-----------------

4. ¿Cuántas horas semanales dedica a la lectura?

Rara vez a la semana	Hasta 2 horas semanales	De 3 a 5 horas semanales	6 y más horas
----------------------	-------------------------	--------------------------	---------------

5. ¿Cuál es el principal motivo por el que lee? Puede escoger más de uno

Estudiar y hacer tareas	Por entretenimiento	Buscar información y aprender algo nuevo	Porque me gusta
-------------------------	---------------------	--	-----------------

6. Las lecturas o libros que le recomiendan sus profesores, los lee:

Completos	Una parte del texto	Revisión rápida y superficial	Busco solo lo que me interesa
-----------	---------------------	-------------------------------	-------------------------------

7. ¿Qué tipo de actividades realiza con las lecturas que le dejan sus profesores?

Resúmenes o síntesis	Esquemas o mapas conceptuales	Respuestas y preguntas	Recopilar lo importante, cortar y pegar	Solo leer
----------------------	-------------------------------	------------------------	---	-----------

8. ¿Con qué frecuencia suele leer libros en su tiempo libre?

Todos los días	Dos o tres veces por semana	Alguna vez al mes	Casi nunca	Nunca
----------------	-----------------------------	-------------------	------------	-------

9. Normalmente termina los libros o lecturas que suele iniciar

Siempre	Casi siempre	A veces	Nunca
---------	--------------	---------	-------

10. Cuando piensa en lo que leía antes de iniciar la carrera y en lo que lee ahora, en la actualidad usted:

Lee menos que antes	Lee igual que antes	Lee más que antes
Si contesta una de estas opciones, responda la pregunta 14		Pase a la pregunta 15

11. ¿Si lee menos o igual que antes, a qué se debe?

Le falta tiempo	
Prefiere emplear su tiempo en otras actividades	
No le gusta leer	
No se lo piden o no ha sido necesario	
Otro:	

## SEGUNDA PARTE. CONSUMO DE MEDIOS (RADIO, PERIÓDICOS, TELEVISIÓN E INTERNET)

12. De los siguientes medios, indique cuál es el que más prefiere, ordénelos de 1 a 5, en donde 1 es el que menos y 5 el que más.

	1	2	3	4	5
La televisión					
La radio					
Los periódicos					
Blogs					
Redes sociales					

13. ¿Cuáles son las razones por las que utiliza los medios de comunicación?

	Siempre	Casi siempre	Rara vez	Nunca
Para informarme				
Porque entretienen				
Por razones profesionales o de estudio				
Para estar al día y tener que de qué hablar				
Porque es importante				
Otra:				

14. ¿Con qué frecuencia accede a estos medios?

Medios	Todos los días	Casi todos los días	Sólo los fines de semana	Ocasionalmente	Nunca
Televisión					
Radio					
Periódicos					
Blogs					
Redes sociales					

15. De las siguientes características, ¿cuál es la más importante para que usted elija un medio de comunicación? Puede escoger más de una

Que ofrezca información variada		Que analice la información con explicaciones de expertos/as	
Que la información sea comprensible		Que sea de fácil acceso	

Que permita a las personas expresar sus puntos de vista		Que sea ameno y entretenido
No sabe, le es indiferente		Otra

16. ¿En qué temas le interesa informarse sobre las siguientes categorías de noticias?

	Siempre	Casi siempre	Rara vez	Nunca
Noticias nacionales				
Noticias Internacionales				
Política y economía				
Tecnología				
Medio ambiente				
Salud				
Ciudadanía y derechos humanos				
Música				
Farándula				
Deporte				
Arte y cultura				
Cine y películas				
Otra:				

17. Una vez identifica esta información, ¿en qué medida busca ampliar lo que le interesa?

Siempre	Casi siempre	A veces	Nunca
---------	--------------	---------	-------

18. Podría decirme si los medios influyen en su opinión y conocimiento sobre un tema?

Mucho	Bastante	Poco	Nada
-------	----------	------	------

19. ¿De qué manera accede o escucha radio? Puede escoger más de uno

Celular	Vehículo	Computadora (online)	Aparato de radio	Otro:
---------	----------	----------------------	------------------	-------

20. ¿Qué tipo de programas prefiere escuchar?

Musicales	<input type="checkbox"/>
Noticias/Noticieros	<input type="checkbox"/>
Humor y entretenimiento	<input type="checkbox"/>
Deportivos	<input type="checkbox"/>
Religiosos	<input type="checkbox"/>
Informativos	<input type="checkbox"/>
Entrevistas	<input type="checkbox"/>
Otro:	<input type="text"/>

21. ¿De qué manera accede a los periódicos?

Formato impreso	Formato online
-----------------	----------------

22. ¿Cuáles son las secciones que prefiere leer? Puede escoger más de uno

Nacionales	<input type="checkbox"/>
Internacionales	<input type="checkbox"/>
Culturales	<input type="checkbox"/>
Farándula	<input type="checkbox"/>
Política y economía	<input type="checkbox"/>
Ciencia y tecnología	<input type="checkbox"/>
Deportes	<input type="checkbox"/>
Sociales	<input type="checkbox"/>
Clasificados	<input type="checkbox"/>
Horóscopo y pasatiempos	<input type="checkbox"/>
Publicidad	<input type="checkbox"/>

23. ¿Cuándo ve televisión, qué tipo de canales prefiere ver?

Nacionales	Internacionales	Ambos
------------	-----------------	-------

24. ¿Cuáles son sus programas favoritos de televisión? Puede escoger más de uno

Telenovelas	<input type="checkbox"/>	Series y comedias	<input type="checkbox"/>
Noticias/informativos	<input type="checkbox"/>	Documentales/Reportajes	<input type="checkbox"/>
Deportivos	<input type="checkbox"/>	Aventura	<input type="checkbox"/>
Películas	<input type="checkbox"/>	Reality	<input type="checkbox"/>
Infantiles	<input type="checkbox"/>	Musicales	<input type="checkbox"/>
Humor	<input type="checkbox"/>	Concursos	<input type="checkbox"/>
Debates/entrevistas	<input type="checkbox"/>	Programas de cocina/bricolaje	<input type="checkbox"/>
Otro:	<input type="text"/>		

25. ¿En relación al uso de internet, cuántas horas dedica a navegar?

Más de 4 horas	<input type="checkbox"/>
Entre 2 y 4 horas	<input type="checkbox"/>
Entre 1 y 2 horas	<input type="checkbox"/>
Menos de una hora	<input type="checkbox"/>

26. Cuáles son las principales actividades que realiza a través de internet?

	Siempre	Casi siempre	Rara vez	Nunca
Comunicarme con otros a través de redes sociales	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Usar el correo electrónico	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Buscar información/navegar	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Conocer nuevas personas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Hacer tareas o estudiar	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Buscar trabajo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ver películas, programas o series de televisión	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leer periódicos o revistas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Escuchar música	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Escribir un blog o comentar a otros amigos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Hacer compras	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

27. ¿En qué medio cree que es más fácil que un joven como usted pueda participar dando sus opiniones respecto a algún tema?

Redes sociales	<input type="checkbox"/>
Radio	<input type="checkbox"/>
Televisión	<input type="checkbox"/>
Periódicos	<input type="checkbox"/>
Blog personal	<input type="checkbox"/>
Otro:	<input type="text"/>

**Muchas gracias por su colaboración**

