



## **Consumo de los medios de comunicación como factor de influencia sobre la elección de la carrera profesional de los estudiantes de la Licenciatura en Comunicación e Innovación Educativa de la Universidad Autónoma de Tlaxcala.**

Esmeralda Nohpal Corona

Evaluación del aprendizaje y del desempeño escolar

### **Resumen**

La presente investigación tiene como propósito identificar el consumo de los medios de comunicación por parte de los jóvenes adultos que están próximos a elegir una carrera universitaria sobre todo en aquellos que directa o indirectamente influyen en sus decisiones a través de mensajes que programan su subconsciente para inclinarse por una licenciatura en particular.

La investigación se fundamenta en la teoría de la aguja hipodérmica propuesta por Harold Dwight Lasswell, que se basa en el hecho de que los medios de comunicación lanzan información a las masas, de tal modo que el contenido presentado es dado por hecho sin cuestionar, semejando una inyección de información que no se verifica ni contrasta. Todavía cabe señalar que esta teoría permite desarrollar una conducta moldeable y generar en el usuario un comportamiento favorable a los intereses del medio.

El objeto de estudio de esta investigación son los alumnos de la Licenciatura en Comunicación e Innovación Educativa de la Universidad Autónoma de Tlaxcala, para ello se diseñó un instrumento de tipo cuestionario que permite cuantificar los resultados y realizar el contraste de las respuesta de los alumnos de semestres iniciales en comparación con los semestres más cercanos a culminar la carrera, a su vez permite identificar los supuestos de la licenciatura que los medios de comunicación implantaron en los estudiantes, a pesar de que el instrumento está completo no es posible su aplicación, debido al poco tiempo de interacción con el



objeto de estudio, por lo que la investigación se mantendrá en estado teórico.

Palabras clave: Medios de comunicación, Consumo, Carrera universitaria, Jóvenes adultos, Elección

### **Planteamiento del problema**

¿En qué medida influyen los medios de comunicación televisivos en la decisión de los estudiantes al momento de elegir la carrera profesional Licenciatura en Comunicación e Innovación Educativa en la Universidad Autónoma de Tlaxcala?

### **Justificación**

En la actualidad la decisión de elegir una carrera profesional es una de las más importantes a lo largo de nuestra vida, la carrera elegida determinará el campo el cual requerirá al menos 5 años de estudios para obtener un diploma y salir al campo laboral.

La elección de carrera profesional no es fácil, en ocasiones se ha visto que llegado el momento de la elección los estudiantes aún no tienen claro qué camino tomar.

Aunque existen diversas estrategias que te guían a identificar tus habilidades, tus campos más compatibles, así como tus fortalezas y preferencias y donde aplicarlas como la orientación vocacional, test de carreras profesionales entre otros, también es cierto que algunos estudiantes se ven influenciados en su decisión por los medios de comunicación los cuales crean una ilusión cinematográfica de lo que es estudiar o ejercer una carrera profesional.

Esta influencia puede hacer referencia al modelo de la comunicación humana llamado la aguja hipodérmica, el cual explica cómo la información es introducida en el público de manera casi inmediata como una inyección introduciendo información a la mente, logrando que el individuo actúe de la manera esperada.

Esta investigación tiene como propósito descubrir la influencia de los medios de comunicación en la elección de una carrera universitaria, identificar los principales



factores que influyen en los jóvenes y utilizar la información para crear una campaña publicitaria que promueva la Licenciatura en Comunicación e Innovación Educativa como carrera profesional debido a que en periodos pasados no ha logrado llenar la matrícula escolar por lo que es necesario la difusión para poder incentivar a los jóvenes a ver esta licenciatura como una opción de estudio profesional.

### **Fundamentación Teórica**

Para contar con un sustento teórico y partir desde una mirada profesional, la investigación se centra en información de los siguientes autores que, si bien no son los únicos, consideramos que son los más relevantes para respaldar y fundamentar esta investigación.

Según Figueroa, (1993) "el espíritu de la época" es uno de los factores que influyen en la elección de una carrera universitaria, se refiere a un determinado periodo en el que por una conjunción de circunstancias la elección de una carrera universitaria adquiere mayor relevancia y prestigio social, aunado con la influencia de los medios de comunicación masiva quienes modelan formas de comportamiento ya que la "época" las considera como la mejor manera de tener éxito social; convirtiéndose las profesiones en un ascenso social transitorio.

Según Demirdjian, (2011). Menciona que los medios de comunicación masivos gestionan las opiniones que son compartidas con las masas, el modelo de Harold D. Lasswell propone la teoría de la aguja hipodérmica en donde postula que el receptor es un blanco amorfo, automatizado incapaz de filtrar los mensajes emitidos por los medios y al que solo le es posible someterse al esquema del estímulo/ respuesta. de esta forma la opinión se forjará en un esquema de influencia unilateral poco reflectable.

Torrez Flores, W. I. (2019). Para el autor el tomar una decisión implica la intervención varios factores que influyen en dicha elección, en el caso de los jóvenes optar por una carrera universitaria se ha visto influenciada desde pequeños por los medios tradicionales de comunicación o bien las que más se consumen en casa, a través de los periodistas, figuras públicas o personas conocidas como influencer, y es a través de ese consumo que los jóvenes van identificando y enamorándose de una carrera



universitaria al punto de elegirla como la profesión a desarrollar en sus vidas.

Barco Ramones, (2017). Menciona la importancia de los estereotipos empleados en las carreras universitarias influyen notoriamente en la selección de los jóvenes ignorando factores y aptitudes importantes a considerar para ingresar a una licenciatura en específico y lograr su profesionalización.

## **OBJETIVOS**

### **Objetivo general**

Crear una propuesta de publicidad de acuerdo al medio de comunicación más influyente en la elección de una carrera universitaria, con el fin de difundir la licenciatura en Comunicación e Innovación Educativa de la Universidad Autónoma de Tlaxcala.

### **Objetivo específico**

Conocer y analizar la influencia de los medios de comunicación en la elección de la carrera profesional en los jóvenes universitarios de la Licenciatura en Comunicación e Innovación Educativa de la Universidad Autónoma de Tlaxcala.

Conocer el medio de comunicación más consumido por los estudiantes de la licenciatura en Comunicación e Innovación Educativa de la Universidad Autónoma de Tlaxcala.

Crear una propuesta de publicidad para difundir la licenciatura en Comunicación e innovación educativa.

## **METODOLOGÍA**

### **Tipo de investigación:**

Se utilizará la investigación mixta, por un lado, la cuantitativa porque él se requiere saber el porcentaje en que los medios de comunicación televisivos influyen o no en los estudiantes universitarios, así como también será más fácil tener un control los resultados, también la cualitativa porque se realizará un análisis profundo de los resultados y será de ayuda para crear la propuesta de publicidad



## Desarrollo

Para comenzar con el proceso de investigación se delimito el público objetivo, la entidad, localidad e institución a la que va enfocada esta investigación, así como el mínimo de participantes que se requieren para aplicar el instrumento y recolectar los datos necesarios.

- Entidad federativa: Tlaxcala
- Localidad: Ocotlán
- Institución u organismo: Universidad Autónoma de Tlaxcala Facultad de Ciencias de la Educación.
- Licenciatura: Comunicación e Innovación Educativa
- Población: 113
- Muestra probabilística: 45
- Instrumento de recolección de datos: <https://forms.gle/aKYdsneonLRXDgPL6>

Para aplicar el instrumento de recolección de datos se extrajo la muestra probabilística de 45 estudiantes de los 113 escritos en la licenciatura, tomando un promedio de 4- 6 alumnos por cada grupo

## Resultados y conclusiones

Esta investigación no ha sido aplicada, por lo que aún no se cuentan con resultados del objeto de estudio y proseguiremos con la investigación únicamente de manera teórica.

Podemos mencionar que a lo largo de la investigación identificamos la importancia que tienen los medios de comunicación en las acciones de las personas. Los medios acompañados de la época en la que se vive persuaden a los individuos para hacer o reaccionar de cierta forma, y esto está sustentado a través de la teoría de la aguja hipodérmica de Halord Laswell, que propone un modelo de comunicación en donde los individuos reciben la información casi inyectada en su mente lo que no les permite cuestionar la información recibida actuando de manera casi inmediata.

Todo esto se refleja en la elección de una carrera universitaria, de pendiendo de la



época en la que se viva serán las tendencias de carreras universitarias que más se difundan a través de los medios de comunicación, acaparado la visión de los jóvenes en un solo sector. Creando supuestos que impacten y enganchen a los jóvenes que aún no conocen del todo la carrera universitaria.

Finalmente, con el bombardeo de información de un sector reducido de carreras, el estudiante perderá el visón de un mundo más amplio y se adecuará a la información que constantemente está recibiendo de manera que terminará eligiendo alguna carrera, inclinándose más por la información recibida por los medios que por el análisis mismo de la carrera

## Referencias

Figueroa de Amorós, E. (1993). La elección de carrera: una decisión de gran trascendencia. *Educación*, 2(3), 5-13. Recuperado a partir de <https://revistas.pucp.edu.pe/index.php/educacion/article/view/4416>

Demirdjian, Liliana Alicia (2011). Una mirada a los clásicos. La Escuela de Columbia, los efectos de los medios y su impacto en los actuales estudios de opinión. *Comunicación y Sociedad*, (16),185-200.[fecha de Consulta 24 de Marzo de 2022]. ISSN: 0188-252X. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=34618496008>

Torrez Flores, W. I. (2019). La función prescriptiva de los medios de comunicación tradicionales y digitales en la decisión para la elección de la Carrera de Comunicación para el Desarrollo por parte de los Estudiantes de Primer Ingreso de la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua durante el II Semestre 2019.

Barco Ramones, (2017). Tesis. Recuperado a partir de <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/23463>