

UNIVERSIDAD JUÁREZ AUTÓNOMA DE TABASCO
DIVISIÓN ACADÉMICA DE EDUCACIÓN Y ARTES



**“PERCEPCIÓN DE LOS JÓVENES DE NIVEL
BACHILLERATO EN TABASCO, SOBRE LA
LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN”**

**TRABAJO RECEPCIONAL BAJO LA
MODALIDAD DE
TESIS**

**PARA OBTENER EL TÍTULO DE:
LICENCIADO EN COMUNICACIÓN**

PRESENTAN:

**INGRID PAOLA MAGAÑA GARCÍA
JUDITH STEPHANIA HERNÁNDEZ HUESCA**

DIRECTOR(A):

DRA. MARTHA ELENA CUEVAS GÓMEZ

VILLAHERMOSA, TABASCO.

NOVIEMBRE, 2022.

Ingrid Paola Magaña García - Judith Stephania Hernández Huesca.pdf

Universidad Juárez Autónoma de Tabasco

Detalles del documento

Identificador de la entrega

trn:oid::3117:581570600

Fecha de entrega

21 abr 2026, 8:02 p.m. GMT-6

Fecha de descarga

24 abr 2026, 3:37 p.m. GMT-6

Nombre del archivo

Ingrid Paola Magaña García - Judith Stephania Hernández Huesca.pdf

Tamaño del archivo

2.9 MB

80 páginas

14.092 palabras

109.023 caracteres

11% Similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para ca...

Filtrado desde el informe

- Bibliografía
- Texto citado
- Texto mencionado
- Coincidencias menores (menos de 20 palabras)
- Abstract
- Methods and Materials

Fuentes principales

- 11%  Fuentes de Internet
- 3%  Publicaciones
- 0%  Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Marcas de integridad

N.º de alertas de integridad para revisión

-  **Caracteres reemplazados**
44 caracteres sospechosos en N.º de páginas
Las letras son intercambiadas por caracteres similares de otro alfabeto.
-  **Texto oculto**
80 caracteres sospechosos en N.º de páginas
El texto es alterado para mezclarse con el fondo blanco del documento.

Los algoritmos de nuestro sistema analizan un documento en profundidad para buscar inconsistencias que permitirían distinguirlo de una entrega normal. Si advertimos algo extraño, lo marcamos como una alerta para que pueda revisarlo.

Una marca de alerta no es necesariamente un indicador de problemas. Sin embargo, recomendamos que preste atención y la revise.

Fuentes principales

- 11%  Fuentes de Internet
- 3%  Publicaciones
- 0%  Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Fuentes principales

Las fuentes con el mayor número de coincidencias dentro de la entrega. Las fuentes superpuestas no se mostrarán.

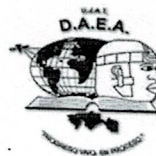
1	Internet	docplayer.es	2%
2	Internet	archivostransparencia.ujat.mx	1%
3	Internet	www.coursehero.com	1%
4	Internet	pt.scribd.com	1%
5	Internet	blog.cognifit.com	<1%
6	Internet	www.readperiodicals.com	<1%
7	Internet	adta.wikispaces.com	<1%
8	Internet	www.slideshare.net	<1%
9	Internet	espaciocritico19.files.wordpress.com	<1%
10	Internet	difusoribero.files.wordpress.com	<1%
11	Internet	repositorio.ug.edu.ec	<1%

12	Internet	www.powershow.com	<1%
13	Internet	www.durangomas.mx	<1%
14	Internet	repositorio.uchile.cl	<1%
15	Internet	mexicanadecomunicacion.com.mx	<1%
16	Internet	www.revistaccinformacion.net	<1%
17	Internet	www.laneta.apc.org	<1%
18	Internet	www.riuma.uma.es	<1%



UNIVERSIDAD JUÁREZ
AUTÓNOMA DE TABASCO

"ESTUDIO EN LA DUDA. ACCIÓN EN LA FE"



DIVISIÓN ACADÉMICA DE EDUCACIÓN Y ARTES
DIRECCIÓN

REF: DAEA/1572/22

Villahermosa, Tabasco; a 14 de noviembre de 2022

Lic. Maribel Valencia Thompson
Jefe del Depto. de Certificación
y Titulación de la U.J.A.T.
P R E S E N T E

En conformidad con lo establecido en el Artículo 87 del Reglamento de Titulación de la U.J.A.T., me permito comunicar a Usted que la Dra. Martha Elena Cuevas Gómez como Directora dirigió y supervisó el Trabajo Recepcional de "TESIS" denominado "PERCEPCIÓN DE LOS JÓVENES DE NIVEL BACHILERATO EN TABASCO SOBRE LA LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN", elaborado por las CC. Judith Stephania Hernández Huesca e Ingrid Paola Magaña García pasantes de la Licenciatura en Comunicación. El jurado para el examen profesional de los mismos (Mtro. Hugo Angulo Fuentes, Dra. Angélica Fabila Echauri, Dra. Martha Elena Cuevas Gómez, Mtra. Claudia del Carmen Magaña Cadena y Mtro. Salvador Octavio Aguilar Martínez) revisaron y señalaron las modificaciones que había que hacerle a dicho trabajo y que las interesadas han llevado a efecto. Por lo tanto, puede imprimirse.

Atentamente

M.A.E.E. Thelma Leticia Ruiz Becerra
Directora



DIRECCIÓN
DIVISIÓN ACADÉMICA
DE EDUCACIÓN Y ARTES

C.c.p Archivo.

Av. Universidad S/N, Zona de la Cultura, Col. Magisterial, C.P. 86040
Villahermosa, Tabasco
Tel. 01(993) 358.15.00 Ext. 6250-6251 ó (993) 314.23.99, 312.22.00
E-mail: direccion.daea@ujat.mx

www.ujat.mx



UNIVERSIDAD JUÁREZ
AUTÓNOMA DE TABASCO

"ESTUDIO EN LA DUDA. ACCIÓN EN LA FE"



División
Académica
de Educación
y Artes

COORDINACIÓN DE ESTUDIOS TERMINALES

Villahermosa, Tabasco a 23 de febrero de 2023.

Las que suscriben **Judith Stephania Hernández Huesca e Ingrid Paola Magaña García** autorizan por medio del presente escrito a la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco para que utilice tanto física como digitalmente la **tesis de pregrado** denominada:

PERCEPCION DE LOS JOVENES DE NIVEL BACHILLERATO EN TABASCO SOBRE LA LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN

De la cual somos autoras y titulares de los Derechos de Autor.

La finalidad del uso por parte de la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco de la tesis antes mencionada, será única y exclusivamente para difusión, educación y sin fines de lucro; autorización que se hace de manera enunciativa más no limitativa para subirla a la Red Abierta de Bibliotecas Digitales (RABID) y a cualquier otra red académica con las que la Universidad tenga relación institucional.

Por lo antes manifestado, liberamos a la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco de cualquier reclamación legal que pudiera ejercer respecto al uso y manipulación de la tesis mencionada y para los fines estipulados en este documento.

Se firma la presente autorización en la ciudad de Villahermosa, Tabasco a los veintitrés, del mes de febrero del año dos mil veintitrés.

Firma

Firma

AGRADECIMIENTOS

A Dios

Por dotarme de inteligencia, sabiduría, fortaleza y de todas las características suficientes, para lograr llegar hasta este día, por ser mi aliento y refugio en los días de tempestad, cuando creía que no podía más, alejada de aquellos que son mi sostén aquí en la tierra. Por cuidar de mí en todo momento, impidiendo que algo malo pasara, durante esta aventura.

A mi madre

Existe una palabra que resume mi agradecimiento hacia a usted madre, y es gracias, por creer en mí y nunca dejarme sola, gracias, por haber estado a mi lado en los días y noches más difíciles durante esos 4 maravillosos años, gracias por ser mi motor para lograr nuestro objetivo. Sin duda, fuiste y eres la mejor guía de vida que puedo tener.

Hoy que concluyo esta etapa escolar, te dedico este logro, como uno de mis más grandes triunfos haciéndolo tuyo. Felicidades, estoy orgullosa de nosotras.

A mi padre

Quien hizo, que esta travesía, me convirtiera en una mujer más fuerte y valiente, sabiendo que tenía su compañía infinita de manera espiritual, este agradecimiento es eterno. Sé que desde el cielo festejas este logro como tuyo y te sientes orgullosa de la mujer que soy ahora.

A mis hermanos

Por ser mi mayor motivación, porque sé que sin aquellos momentos de risas en casa, esto no hubiese sido posiblemente, porque con sus ocurrencias hicieron este proceso un poco menos pesado, gracias por brindarme siempre ese apoyo psicológico que necesite.

A mis abuelos

Por estar siempre a mi lado a pesar de la distancia, por cada platito de comida que me enviaban por ser foránea. Sus oraciones también hicieron este logro posible, gracias por haberme inculcado sus principios que hoy son míos.

A mi mejor amiga

Esta dedicatoria duele pero es muy especial, me hubiese encantando tenerte aquí, por qué lo logré, lo logramos. A pesar de nuestra distancia física, estuviste conmigo siempre y aunque nos faltaron tantas aventuras por vivir, sé que este momento es tan especial para ti como lo es para mí, te abrazo infinitamente, y te llevo aquí en mi lado izquierdo.

A mi asesora

Martha Elena Cuevas Gómez, sin usted, sus virtudes, su paciencia y constancia este trabajo no lo hubiese logrado tan fácil. Sus consejos fueron siempre útiles cuando no salían de mi pensamiento las ideas para escribir lo que hoy he logrado. Usted formó parte importante de esta historia con sus aportes profesionales que la caracterizan.

Ingrid Paola Magaña García

AGRADECIMIENTOS

En este camino en dónde hubo muchas risas, muchos enojos y tristezas, pero que sin duda hoy veo la recompensa, les agradezco infinitamente a mis padres que han sido mi soporte, mi pilar, quienes tuvieron desvelos junto conmigo, levantadas de madrugada y me tranquilizaban cuando veían mi estrés por tareas, han hecho de mí una mujer fuerte que no se rinde, gracias por sus enseñanzas y por estar siempre para mí. Mil gracias

A mis hermanos que sin duda alguna si no hubiera sido por ustedes que han sido mi ejemplo de perseverancia, no hubiera hecho lo que ahora he logrado. Gracias por ayudarme y apoyarme en mi trayectoria académica.

A mi esposo e hijo, que son mi motor, mi fuerza, mi equilibrio, mis ganas de salir adelante, que me han apoyado y me han hecho creer en mí, gracias por estar en las buenas y en las malas, por ustedes hoy estoy aquí triunfando en la vida solo por tenerlos conmigo. Son mi corazón. Gracias, gracias, gracias.

Y no menos importante, al grande y majestuoso, Dios, que es el que me ha ayudado y me ha dado la sabiduría para guiarme en este camino que apenas comienza. Estoy agradecida con la vida que me ha dado y por tenerme aquí presentando este trabajo que es el logro de mi carrera universitaria.

Y a todos los que formaron parte de mi carrera. Gracias.

Judith Stephania Hernández Huesca

Contenido

Introducción	8
CAPITULO I	10
Objeto de estudio	10
Tema:	11
Justificación:.....	11
Planteamiento del problema:.....	12
Delimitación del Problema:.....	16
Hipótesis:	16
Pregunta de investigación:.....	16
Preguntas específicas:.....	16
Objetivo general:.....	16
Objetivos específicos:.....	17
Capítulo II	18
Basamentos teóricos	18
2.1.1 Teoría de la acción razonada.....	19
2.1.2 Tipos de decisiones	22
2.1.3 Decisiones de vida y profesionales:.....	25
2.2.1 Conducta profesional.....	28
2.2.2 Información profesional	29
2.2.3 Presión social	31
2.3 Divulgación de la licenciatura en Comunicación	33
2.3.1 Programas y objetivos	33
2.3.2 Perfiles de ingreso y egreso	34
2.3.3 Ferias profesiográficas y eventos.....	37
2.4 Decisiones profesionales	38
2.4.1 Influencia de los padres	38
2.4.1 Influencia de los maestros	40
2.4.4 Inicio y fin en la profesionalización	42
CAPITULO III	46
Metodología	46
3.2Técnicas de recolección de información.....	47
3.2.1 Encuesta	47

3.2.2 Entrevista	48
CAPITULO IV	50
Análisis de resultados	50
Encuesta	51
4.1 Análisis de encuesta	56
Análisis de resultados de las entrevistas:	64
Paradigmas teóricos	64
Paradigmas prácticos	64
Paradigmas de la problemática	65
CAPITULO V	66
Conclusiones y propuestas	66
5.1 Conclusión	67
5.2 Propuestas	70
CAPITULO VI	71
Nexos	71
6.1 Matriz de investigación	72
6.2 Formato de encuesta	73
6.3 Formato de entrevista	74
Referencias:	75
Trabajos citados	75
Ilustración 1Matriz de Investigación	72
Gráfico 1, El futuro de la licenciatura en Comunicación desde el unto de viista de los encuestados	¡Error! Marcador no definido.

Introducción

La Licenciatura en Comunicación hasta el año 2004 se posicionaba en los primeros lugares de profesiones con mayor demanda, hoy nuestra realidad es otra, la disminución de solicitudes para ingresar a dicha profesión en los últimos años va en descenso.

Por ello, nuestro interés de realizar esta investigación cuyo objetivo es conocer las percepciones que tienen los jóvenes de nivel bachillerato sobre la licenciatura, esto como un factor que influye en la toma de decisiones de los mismos.

Ante tal situación, el presente trabajo de investigación se preocupa por conocer las percepciones de los jóvenes del Colegio de Bachilleres Plantel No.1 de la ciudad de Villahermosa el cual se caracteriza por la integración de jóvenes no solo del centro sino de municipios aledaños al Estado.

Como estudiantes de la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco nos vimos en la necesidad de contribuir de manera directa con la institución, para implementar estrategias que ayuden a la difusión y reconocimiento de la carrera y así, los niveles de demanda aumenten periodo por periodo.

Esta investigación se encuentra dividida en VI capítulos, el Capítulo I determinado Objeto de estudio se encuentra el protocolo de investigación que se siguió para la comprobación de la hipótesis, se identifican elementos como; justificación, planteamiento del problema, delimitación del problema, objetivos y preguntas de investigación y el marco metodológico. En el Capítulo II se manifiesta el basamento teórico, es decir, toda aquella información de autores y otras investigaciones que aportan conocimiento elemental para el desarrollo de la misma, la “Teoría de la acción razonada” será el parte aguas del sustento metodológico, basada en el razonamiento de los jóvenes y la orientación vocacional que se les otorga para después hacer un análisis sobre la divulgación de la Licenciatura en Comunicación específicamente de la UJAT y por ultimo reflexionar acerca de las decisiones profesionales que toman los jóvenes a partir de las influencias que tienen.

Seguidamente, se encuentra el Capítulo III distinguido por la presentación de la matriz de investigación dividida en cuatro categorías de análisis que le dan identidad a toda la información que se plantea. Lo determinante de este capítulo son aquellas variables observables que fueron identificadas.

Para continuar con la integración del proyecto de investigación se identifica el capítulo IV el cual está integrado por aquellos resultados que se dieron a través de las dos técnicas de recolección (encuesta y entrevista) que se utilizaron, cabe mencionar que en una primera instancia se tenía contemplado hacerles las entrevistas a los maestros y padres de familia pero al concluir con las encuestas se pudo determinar que el problema no recaía en ellos sino en las instituciones en este caso en la UJAT.

Por ello, se llevaron a cabo con el equipo de colaboradores de dicha institución con casos específicos como el presidente de la Academia de Comunicación el maestro Ángel Valdivieso Cervantes y el subencargado del departamento de Fortalecimiento Académico, el licenciado Javier Tolentino.

Seguidamente se presenta el Capítulo V, cuya finalidad es presentar las conclusiones que se lograron de todo el trabajo tanto teórico como práctico, así como las estrategias que pudiera implementar la universidad y que deseo se tomen en cuenta en generaciones próximas a ingresar para lograr los niveles de demandas que se lograban en años anteriores.

Por último, se ubica el Capítulo VI que se llama “Anexos”, como su nombre lo indica este apartado se encuentra integrado por aquellos elementos que se utilizaron para lograr todos los objetivos establecidos, es decir, la matriz de investigación, el formato de encuesta y el de la entrevista.

Un trabajo de investigación debe ser de interés social y aunque este para personas externas a la institución quizá no tiene importancia, es un problema mucho más complejo de lo que puede parecer en primera instancia por todos los elementos culturales, sociales y económicos que lo conforman.

Universidad Juárez Autónoma de Tabasco.

CAPITULO I
Objeto de estudio

Tema:

Percepción de los jóvenes bachilleres, sobre la licenciatura en comunicación.

Justificación:

La comunicación como una de las herramientas sociales, establece su evolución en función a una profesionalización que en las últimas décadas ha marcado 25 generaciones egresadas de la universidad Juárez Autónoma de Tabasco y que se han involucrado en el campo laboral.

El egresado de la licenciatura en comunicación será un profesional especializado en planear, aplicar y evaluar los procesos de comunicación capaz de intervenir en las distintas áreas de su campo, mediante el desarrollo del conocimiento continuo, valores, actitudes y habilidades, que contribuyan en su desarrollo humano, social y cultural.

Bajo esta perspectiva la importancia de la información dentro de su población meta es vital, y corresponde por ello la necesaria obligación de crear canales de comunicación con contenidos específicos que no solamente marquen la incidencia del fenómeno comunicativo, si no prevea escenarios de estudios posteriores que puedan desembocar en profesionistas dignos para Tabasco.

No existe ningún apartado que establezca que el comunicólogo en el único campo que se debe desarrollar son los medios de comunicación, pero para los jóvenes que egresan del nivel medio superior esta situación influye al momento de elegir que estudiar, ya que no cuentan con la información suficiente acerca de la licenciatura.

Es importante tener en cuenta que no todos pensamos igual y no tenemos la misma información acerca de la carrera, por ello creamos diferentes opiniones, que nos llevan a considerar aspectos negativos, con respecto a las oportunidades en el campo laboral como licenciados en comunicación.

Los seres humanos por naturaleza necesitamos de la inteligencia y armonía de los otros para subsistir, nuestros familiares, amigos y conocidos por ello, intervienen en nuestra toma de decisiones, con la finalidad de otorgarnos variantes que nos lleven a elegir la decisión correcta, caso específico cuando se trata de elegir la profesión.

Esta investigación es realizada, con el fin de ayudar a entender el porqué de la baja de matrícula en la Licenciatura de Comunicación en la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco y las posibles perspectivas que pudieran tener los jóvenes al egresar del bachillerato sobre la misma.

Durante el proceso se planea realizar una serie de encuestas y entrevistas que ayudaran a cumplir objetivos y determinar la validez de la hipótesis con la ayuda de los alumnos del nivel medio superior del platel 1 en la ciudad de Villahermosa, junto a familiares, académicos y administrativos.

Dicha investigación beneficiará a su vez a la coordinación que la administra, ya que podrán usar toda la información para la toma de decisiones en relación a la orientación profesigráfica y la difusión de la carrera.

Planteamiento del problema:

La percepción es un proceso activo-constructivo en el que el receptor, antes de procesar la nueva información y con los datos archivados en su conciencia, construye un esquema informativo anticipatorio, que le permite constatar el estímulo.

En las últimas décadas el estudio de las percepciones ha sido objeto de creciente interés dentro del campo de la antropología, este interés ha dado lugar a problemas conceptuales pues el término percepción ha llegado a ser empleado indiscriminadamente para designar a otros aspectos que también tienen que ver con el ámbito de la visión del mundo (Neisser, 1997, pág. 115)

La percepción es un fenómeno considerado como biocultural, por un lado, depende de los estímulos físicos, sensaciones involucrados, por otro, de la selección y elaboración de dichos estímulos.

Toda licenciatura requiere de bases éticas, críticas epistemológicas, teóricas, contextuales y prácticas, que permitan conocer a los jóvenes antes de tomar decisiones acerca de la carrera que quieren elegir. En este caso la licenciatura en Comunicación ha sido de aquellas que no han sido comprendidas por los estudiantes en cuanto su campo, puesto que tienen perspectivas distintas a lo que son. Los diferentes estudios presentados a lo largo de este apartado engloban parte importante de la licenciatura en comunicación.

La parte fundamental para que los jóvenes tengan la iniciativa de estudiar esta carrera recae en la motivación es decir, en conocer porqué los jóvenes muestran el interés por la licenciatura, por ello la siguiente investigación “Motivación para Estudiar en Jóvenes de Nivel Medio Superior” realizada en la Universidad Privada situada en la ciudad de León Guanajuato, con el propósito de identificar cuáles eran los motivos por los que los estudiantes de nivel medio superior deseaban continuar estudiando. Con este fin, se les solicitó que dieran respuesta a la pregunta ¿cuáles son las razones por las que quieres seguir estudiando? –perteneciente a una ficha.

Mónica Salazar Gómez y Roberto Sepúlveda (2011) hacen un análisis de las diferentes perspectivas que tienen estudiantes, académicos, empresarios y autoridades educativas acerca del devenir de la carrera de comunicación social. Interesada en contrastar las diferentes miradas sobre la proyección de la comunicación social, las diversas posturas sobre el deber ser de la carrera, las expectativas frente a lo que debe saber hacer un comunicador social y el devenir de la profesión en relación con las necesidades del país y del mercado laboral. A su vez, realizar una aproximación que permita identificar los diferentes escenarios en los que se desarrolla el ejercicio profesional de la comunicación.

Particularmente sobre la licenciatura en comunicación impartida en la UJAT (Universidad Juárez Autónoma de Tabasco) hay una serie de trabajos que hablan sobre el nivel de satisfacción de los alumnos que cursan la carrera, viéndonos no sólo afectados en nuestra universidad, sino siendo una problemática nacional, tal como mencionan los diferentes estudios de aquellas barreras que se encuentran para la poca demanda de la licenciatura, como es la “Motivación para Estudiar en Jóvenes de Nivel Medio Superior” realizada en la Universidad Privada situada en la ciudad de León Guanajuato, y en el artículo “Procesos de investigación, formación y profesiones en comunicación” Mónica Salazar (2011) establece:

La carrera de comunicación está viviendo un momento de transición que exige ser analizado con cuidado, debido a su creciente arraigo entre los bachilleres egresados; pero, a su vez, de compleja relación con el mundo del trabajo, en vista de la limitada oferta de empleo

Aunque no se han encontrado trabajos de investigación hasta el momento que comprendan a grandes rasgos las perspectivas que puedan tener los jóvenes bachilleres sobre la

licenciatura en comunicación y por ende la baja demanda que tiene esta misma en la UJAT, se puede considerar que podría seguir siendo una problemática puesto que las circunstancias se registran a nivel nacional.

En definitiva, la elección vocacional es entre otras cosas una expresión de la personalidad, que se relaciona con la identidad del estudiante y depende del reconocimiento realista de las propias habilidades e intereses.

Es por eso que la elección de una carrera siempre será una de las decisiones más importantes que un joven debe tomar en su vida, ya que define su futuro profesional. Mientras más joven, más difícil es decidir, por la falta de conocimiento de las carreras, percepciones y experiencias en el mundo laboral.

La licenciatura en comunicación en México tiene sus antecedentes hace más de 50 años, al fundarse las primeras carreras de periodismo, publicidad y comunicación, siendo sus fundadores Carlos Septién García, Ethiel Cervera y José Sánchez Villaseñor, respectivamente, cuyo objetivo era formar futuros profesionales que se insertarían en diversos campos sociales (Hernandez, 2004).

En el ámbito estatal, la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco (UJAT) durante la administración rectoral del Dr. Fernando Róbelo Ruiz de la Peña (en los periodos enero 1988-enero 1992 y enero 1992-enero 1996), planteo la idea de adoptar la licenciatura en la máxima casa de estudio. Después de extensos estudios a cargo de la Dra. Guillermina Baena Paz de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) y revisada por la Comisión de Planes y Programas, la licenciatura en comunicación fue incluida en la oferta de formación de la UJAT dando inicio el 2 de Septiembre de 1991 (UJAT, 2004 , págs. 63-37).

Al hablar de diversos campos, se podía determinar que no sólo iban a desempeñar su profesión en empresas productoras de televisión, compañías productoras de cine o compañías relacionadas con el estudio de la opinión pública , si no en aquellas organizaciones con áreas o departamentos de relaciones públicas, publicidad y/o mercadotecnia, ya que se encuentran altamente capacitados en estudios que comprenden los aspectos científicos, humanísticos y críticos de la comunicación humana y colectiva en una variedad de formatos, medios y contextos.

Para el año 2000 la licenciatura en comunicación, se encontraba en el 8vo lugar entre las licenciaturas con mayor demanda según el Anuario 2000 de la Asociación Nacional de las Universidades e Institutos de Educación Superior (ANIUES, 2000). Sin embargo, en los años subsecuentes, la licenciatura inicio el desprendimiento de los primeros lugares. En la actualidad ha abandonado el ranking de las 10 primeras 10 licenciaturas. Está no es sólo una problemática exclusiva de una institución, la carrera de comunicación ha ido disminuyendo de la demanda de estudiantes interesados en cursarla de manera general.

Pese a las políticas de incremento de apertura de matrícula en la UJAT, la licenciatura en comunicación se ha ido a la baja en la demanda de los jóvenes de nivel bachillerato próximos a egresar, tal como se muestra en la tabla, en el año 2004 la demanda fue de 1424 solicitantes mientras que para el año 2016 la merma llega a los 922, de los cuales 754 son de matrícula vigente, de acuerdo a los datos expuestos en la sección demanda matricular.

LIC EN COMUNICACIÓN			
AÑO	DEMANDA	NO INSCRITOS	INSCRITOS
2004	1424	1060	364
2008	1297	1009	288
2016	922	754	168

Tabla 1 Demanda para licenciatura en Comunicación. (UJAT 2017)

Esta merma se debe principalmente a la disminución de solicitudes de nuevo ingreso, debido a las perspectivas que tienen los jóvenes acerca de la licenciatura, por ello nuestro interés de conocer las principales causas.

Andrea Orozco citando a Larson (1194) establece que la decisión de elegir una carrera y una universidad en donde estudiar conlleva una serie de dificultades como la ansiedad, desorientación, falta de consciencia acerca de las metas y necesidad de recibir orientación de los encargados en darla.

Lo que hace suponer que existe un factor que está modificando las percepciones de los jóvenes para ya no interesarse en la licenciatura. ¿Qué referencias tienen de la licenciatura o la profesión de la comunicación los estudiantes de bachillerato? ¿Cuáles son sus fuentes

de información? ¿Cuáles son los intereses y perspectivas de los bachilleres al elegir una carrera profesional?

Delimitación del Problema:

El estudio se centrará en estudiantes del 5to y 6to semestre de bachillerato del plantel #1 del Estado de Tabasco en el ciclo escolar Agosto-Enero 2018-2019. Se elige el Plantel No. 1 del COBATAB por ser la institución de medio superior donde se concentran más jóvenes de diferentes puntos del Estado.

Hipótesis:

La desinformación sobre el campo profesional de lo que se hace como licenciado en comunicación, está provocando el desinterés de parte de los estudiantes del nivel medio superior por la licenciatura.

Pregunta de investigación:

¿Cuáles son las percepciones que tienen los jóvenes de nivel bachillerato sobre la licenciatura en comunicación?

Preguntas específicas:

¿Qué información tienen los jóvenes acerca de la licenciatura en comunicación?

¿Qué fuentes de información influyen en la percepción de los jóvenes?

Objetivo general:

Identificar las percepciones de los jóvenes de 5to y 6to semestre de nivel bachillerato en relación a la licenciatura en comunicación.

Objetivos específicos:

*Conocer qué información tienen los jóvenes del plantel 1 acerca de la licenciatura en comunicación de la UJAT.

* Identificar qué fuentes de información influyen en la percepción de los jóvenes de Bachillerato acerca de la licenciatura en Comunicación,

*Determinar cómo perciben la comunicación como actividad profesional los jóvenes de bachilleres de Tabasco.

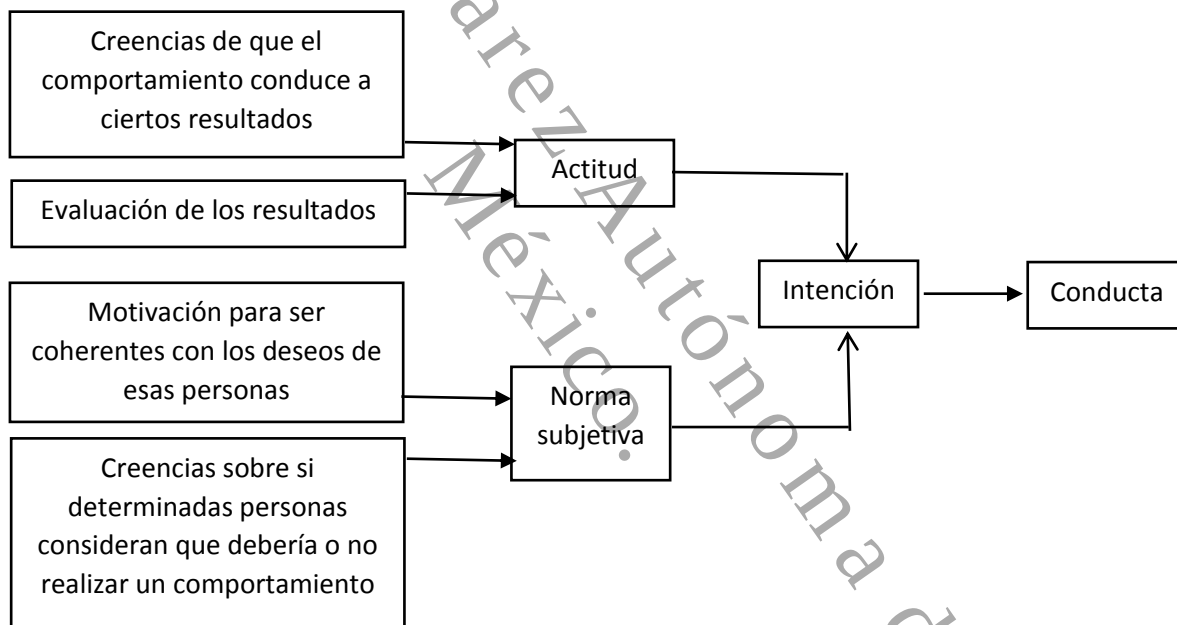
Universidad Juárez Autónoma de Tabasco.

Capítulo II
Basamentos teóricos

2.1.1 Teoría de la acción razonada

La teoría de la acción razonada propuesta por Ajzen y Fishbein en 1975 fue establecida con el objetivo de conocer la conducta de los seres humanos a través de sus creencias, actitudes e ideologías.

En particular, la Teoría de Acción Razonada considera a la intención de comportamiento como el mejor indicador o predictor de la conducta, y contempla dos tipos de variables determinantes o explicativas: la actitud hacia el comportamiento y la norma subjetiva del individuo (Rueda, Fernández, & Herrero, 2013)



Basada en una formación de tres tipos de creencias; descriptivas, inferenciales e informativas. Las descriptivas se basan en aquellas que los seres humanos adaptan por medio del sentido de la vista, es decir en una primera instancia, las inferenciales son aquellas que dependen de las creencias descriptivas basadas en las reglas del razonamiento deductivo.

Las informativas por su parte, son la combinación de las dos anteriores creencias, pero convirtiéndolas en conocimiento que no es más que información, que es compartido dentro de la sociedad en la que habita, basadas en la experiencia directa con su entorno.

Luis Reyes (Rodríguez, 2007) citando a Fishbein y Ajzen establece que las actitudes se adquieren automáticamente hacia un objeto de acuerdo a la relación que tiene con otros objetos es decir, el comportamiento de los seres humanos depende del ambiente y la clase de personas con las que convive diariamente.

Asume que la mayoría de los comportamientos sociales relevantes están bajo el control volitivo del sujeto y que siendo el ser humano un ser racional que procesa la información que dispone en forma sistemática, utiliza dicha información estructurada para formar la intención de realizar o no realizar una conducta específica. (Dorina, Stefani)

El objetivo de esta teoría se desglosa ante la afirmación de que los seres humanos por naturaleza son seres racionales, lo que les permite poner en práctica su conocimiento adquirido mediante tu experiencia y relación con el sector social en el que este interactúa cotidianamente.

La TAR afirma que la intención de una persona para llevar a cabo o no una conducta es la determinante inmediata de una acción. De esta forma la teoría se relaciona con la predicción y el entendimiento de los factores que llevan a formar y cambiar las intenciones conductuales (Rodríguez, 2007).

Todo dependerá de la capacidad que tengan para diferenciar cuales son los aspectos que podrían llevarlos tomar decisiones precisas que no afecten las metas u objetivos que se tengan planeados en corto, mediano o largo plazo, ya que cada uno tiene la facultad de generar sus criterios ante las situaciones y lo que sea más conveniente de manera personal será lo que resulte al final, sin necesidad de complacer al otro. Dorina Stefania en su artículo “Teoría de la acción razonada: Una propuesta de evaluación cuali-cuantitativa de las creencias acerca de la institucionalización geriátrica” (1993) establece que:

La intención está determinada por un factor personal o "actitudinal" (actitud hacia la conducta) y un factor social o "normativo" (norma subjetiva). A su vez, estos componentes están en función, respectivamente, de las creencias conductuales y de las creencias normativas. El componente actitudinal se refiere a la actitud del sujeto hacia el propio

desempeño de una conducta específica bajo determinadas circunstancias. Dado que Fishbein (1967) define a la actitud como una predisposición aprendida a responder a un objeto en forma consistentemente favorable o desfavorable, este componente apunta a los sentimientos positivos o negativos del sujeto respecto de su conducta en cuestión. El componente normativo se refiere a la norma subjetiva del individuo que indica su percepción de la presión social que se ejerce sobre él para que ejecute (o no ejecute) una determinada conducta.

Las creencias son entendidas al grupo de opiniones generadas de acuerdo a las actitudes del individuo, es decir, el comportamiento que tenga debe adecuarse a la situación a la que se enfrente de acuerdo al conocimiento y expectativas que se tenga. En el caso de las creencias normativas corresponde.

Toda persona en la mayoría de los casos toma sus decisiones con base a un análisis realizado con anterioridad, conociendo las ventajas y desventajas que puedan llegar a tener sus decisiones basadas en su voluntad y creencias. En ocasiones hay quienes intervienen en el proceso pero depende de cada uno si toma en cuenta sus aportaciones o no.

Debido a la presión social que existe, en pleno siglo XXI, hay quienes consideran que la cultura de sus antepasados donde el poder lo constituyen los jefes de las familias y se hace solo lo que ellos dicen, debe estar arraigada en el presente, las conductas humanas que se puedan generar deben ser apropiadas para poder alcanzar el éxito y no vivir en un rotundo fracaso, es por eso que ocasiones influyen las opiniones que los demás puedan generar durante el proceso de la toma de decisiones.

La importancia de esta teoría recae en el conocimiento respectivo de la relación que existe no solo en las creencias y el comportamiento del individuo, sino también en su comportamiento e intenciones, que será manifestado de manera personal ya sea positiva o negativamente. Por la necesidad que tiene el ser humano de sobresalir y su miedo a equivocarse en ocasiones las decisiones que se toman estarán arraigados a los juicios de los demás.

2.1.2 Tipos de decisiones

La toma de decisiones es el proceso mediante el cual se realiza una selección entre diferentes factores para resolver las problemáticas ante las implicaciones que durante la vida cotidiana se puedan suscitar en diferentes contextos, en definitiva es un proceso mental que ayuda a diferenciar los aspectos específicos para lograr nuestro objetivo.

Nuestra vida se basa en decisiones pero ante todo momento debemos actuar con osadía para sobrellevar nuestro día a día de la mejor manera, no somos seres perfectos y en ocasiones no tomaremos las mejores, pero siempre buscaremos alternativas que nos ayuden a enfrentar las consecuencias que por nuestros actos se hayan suscitado.

De acuerdo a Ramón Melinkoff (2018), las decisiones son de diferentes gradaciones y se pueden clasificar de acuerdo a su objetivo, es decir; decisiones estratégicas, tácticas, según el grado de incertidumbre y decisiones individuales o colectivas.

1.- Decisiones estratégicas: Para este tipo se requiere de una evaluación anticipada, normalmente es utilizada por instituciones y/o empresas para conocer los faltantes, los recursos con los que cuenta, sus posibilidades para realizar alguna actividad o ajustes necesarios. Todo con el objetivo de poner en práctica aquellas vertientes que se puedan utilizar para garantizar la productividad a largo plazo.

2.- Decisiones tácticas: Son aquellas decisiones que se toman de manera espontánea diariamente sin causar consecuencias.

3.- Decisiones según el grado de certidumbre: Entre más alto sea el grado mayores complicaciones se presentan, entre menos certidumbre menos serán las complicaciones a las que enfrenten. Este tipo está relacionada con las que son de manera estratégica.

4.- Decisiones individuales o colectivas: Tal como su nombre lo indica las individuales son las que se toman de manera personal conociendo sus pros y sus contras, las colectivas son tomadas de manera grupal, todas las ideas y/o comentarios de ellos se toman en cuenta. Es decir las decisiones se establecen a partir de condiciones externas e internas del individuo en función de ellas, se marcan las posibilidades de acción o inmovilización sobre aspectos de la vida diaria. En el caso de estas decisiones medulares las teorías sociológicas determinan acciones que van de acuerdo a la formación cultural del individuo.

Es indispensable que los jóvenes al momento de escoger su futuro sean capaces de analizar sus capacidades y distinguir tus habilidades para poder elegir la mejor opción pese a la influencia que se pueda generar a tu alrededor.

Josep Vidal (2012) en su artículo “Teoría de la de la decisión: proceso de interacciones u organizaciones como sistema de decisiones” determina que:

El proceso de toma de decisiones, significa un hábito, o en un sentido reduccionista económico, una economía de esfuerzos. Las acciones en la medida en que se convierten en una rutina, se repiten y con ello poseen un significado que paulatinamente se ancla en el conocimiento, como postula la sociología de Alfred Schütz. Para Schütz es en la cotidianeidad de los sujetos donde se construyen los significados de las acciones. Siguiendo esta lógica, el aspecto más importante es el de conocer los motivos que originaron la acción, por lo que será imprescindible el conocer la comprensión de la acción.

Al pasar de los años se van adquiriendo experiencias que ayudan a la formación de seres cada vez más racionales, provocando que las habilidades que lo conforman se vean reflejadas las decisiones que se toman, ya que son las más apropiadas ante los objetivos que se te tengan planeados. Es indispensable conocer aquellos aspectos que dieron origen a tal acción, despertando el interés del individuo por distinguir la complejidad que posee.

En función a la sociología este proceso pone de manifiesto a una sociedad constituida por los grupos sociales que interactúan en un sistema de relaciones interdependientes y como consecuencia de esto constituye los fenómenos sociales que determinan la interactividad que producen en su entorno social, basado en sus valores y costumbres con los que fue formado.

Mantener una perspectiva sociología concierne ver lo general en lo particular, es decir, distinguir de cada situación las posibles desventajas pero de manera positiva, ya que de estas aún se pueden resaltar aspectos que ayuden a la integración de una solución adecuada.

Simón establece que entre más importante sea la decisión, al ser tomada, generará mayores niveles de incertidumbre, pues se corre el riesgo de no ser asertivo al hacerlo. En la medida que contemos con más y mejor información, el riesgo de errar se disminuye aunque, de cualquier forma, quien tome la decisión buscará

justificantes a su acción, aceptando la primera solución que le parezca satisfactoria. La información es un factor importante para la eficacia de la organización y, por lo tanto, la descentralización halla aquí su justificación, porque una buena decisión es derivada de la proximidad entre la fuente de la información y su lugar de utilización (Mercado, 2005)

De acuerdo al nivel de importancia de la decisión que se vaya a tomar estará sometida a un nivel mayor de importancia, lo que provocará un mayor interés por no equivocarse y tomar la correcta, entre mayor apoyo psicológico por parte de terceros, será más fácil que se logre ya que se tiene un panorama más amplio acerca de la situación que se enfrenta, gracias a que sus consejos u opiniones están sustentadas en sus vivencias diarias y que en la mayoría de los casos ellos, ya han pasado por alguna situación similar o igual.

O no necesariamente de las sugerencias que se puedan suscitar, si no dependerá de igual forma de la espontaneidad que construye cada individuo otorgándole un significado propio a cada acción, de esta manera cada uno crea sus propias valoraciones de cada hecho, sin la necesidad de escuchar al otro para que lo adentre a las posibles consecuencias. Todos los individuos son libres y soberanos, cada uno crea sus propios juicios por la capacidad de inteligencia intelectual que posee.

No todo puede ser positivo, existe también la contraparte aunque suene muy redundante se entiende como las decisiones no decisiones. Son aquellas decisiones que se identifica pero no son tomadas porque con anterioridad se hizo una reflexión del porque no se debía tomar, se toma pero simplemente para determinar por qué no se debe llevar a la práctica.

Es importante recalcar que también existen estilos de decisiones y estas según Rubén Pérez en su blog “Toma de decisiones y futuro profesional” (2014) son: Impulsivo, dependiente, autónomo y racional.

El estilo impulsivo se refiere a aquellas alternativas que tomamos de manera espontaneas sin antes ser analizadas, el estilo dependiente como su nombre lo indica son aquellas en las que se toman en cuenta los criterios de los demás con la finalidad de quedar bien con ellos, el estilo autónomo no se deja influenciar por lo aspectos sociales y por último el estilo racional que se refiere a las decisiones donde se realiza un análisis de las posibles causas y consecuencias antes de tomarlas.

2.1.3 Decisiones de vida y profesionales:

Los seres humanos actúan conforme a las decisiones que toman de manera cotidiana, basadas en las experiencias que adoptan, determinando cuales le son más convenientes para sus proyectos de vida a largo plazo y cuáles no.

Las decisiones personales que son tomadas para beneficio de nuestra vida, conllevan una valoración anticipada de cada una de aquellas que se llevarán a cabo y que beneficiarán nuestro futuro, es indispensable que se tomen las correctas, de lo contrario las consecuencias que se susciten interrumpirán la productividad de cada persona, en ocasiones piensan que por cometer un error ya no son eficientes y su futuro se ve truncado en esa mala decisión.

En los menores de edad es común que se vean influenciados por sus padres, ya que su formación depende de ellos, la familia suele ser muy autoritaria y se hará lo que ellos dicen sin darse cuenta que están en un grave error quienes, los hijos que responden a tal situación son quienes mayormente viven una vida frustrada, porque todo lo que hicieron siempre fue para que sus papas se sintieran bien y “orgullosos”, no realmente porque a ellos se sintieran bien de esa manera, esto ante cualquier contexto no específicamente profesional.

Aunque en determinados casos en esta etapa de la vida hay individuos que se sienten liberales al cumplir la mayoría de edad, teniendo como objetivo poseer la autonomía sobre su vida, a nivel social y sobre todo en su familia, buscan que se les otorgue un valor, ya son conscientes de sus actos y tienen la capacidad de decidir su círculo social, establecer sus proyectos de vida, generar opiniones, pero sobre todo tomar decisiones que sean convenientes, si bien no les conceden a las normas y reglas que ellos imponen lo hacen sin la intención de separarse de sus hogares, sino todo lo contrario, seguir ahí recibiendo el afecto de ellos pero con la facultad de ejercer dicha autoridad.

Es normal que los padres ante estas situaciones se vean obligados a actualizar sus normas y reglas o en casos extremos sustituirlas, aunque no todos están capacitados para realizar esos cambios lo que los obliga a mantener su postura y es aquí donde entran en conflictos que se vuelven verdaderamente serios.

Al tener la capacidad ya de interactuar con la sociedad de manera libre, exponiéndose a sus dificultades y complejidades, los jóvenes se ven en la necesidad de comprender todos

aquellos aspectos que la conforman, a expresarse, a mantenerse en constante interacción con los otros pero sobre todo a aprender de los conocimientos y virtudes que poseen.

No resulta fácil tomar decisiones si no se tiene el hábito, y si en la mayoría de los casos sean tomadas con las aportaciones (opiniones) de los demás, creando conflictos emocionales al depender de alguien y no saber cómo resolver la situación.

En un estudio realizado por el Instituto Nacional de Salud e Investigación Médica de Francia manifiesta que “Las personas aprenden a evaluar el nivel de prudencia, de paciencia o de pereza que muestran los demás después de observarlos, y lo que es más importante, eso influye sobre sus propias decisiones, incluso sin que se den cuenta”

(Tendencia21, 2017)

La comunicación no verbal también habla, en este aspecto con el resultado de los estudios se da a entender que, entre más seguro sea vea la persona es porque su experiencia con la problemática que se presenta, si es verdadera, de lo contrario su nerviosismo o la errónea claridad de sobrellevarla al momento de dar las explicaciones ante las futuras consecuencias, lo que podemos determinar es que no tiene idea de lo que está hablando, ocasionando solo una diversificación de la postura que anteriormente se tenía establecida.

La experiencia es la base del proceso de toma de decisiones, aunque intervienen factores (familia, amigos, conocidos etc.) en aspectos generales, dependerá de cada individuo si se toma en cuenta o no, reconociendo que no ha estado relacionado íntimamente con una situación igual, pero lo por lo menos podrá ser capaz de saber que la situaciones cambian y puede adoptar ciertas características de esa, de manera que sea beneficioso para él.

Con respecto a lo que comprende la cultura como las costumbres, tradiciones, rituales y hasta la manera de vestir, serán factores que se verán involucrados al momento de tomar una decisión, en ello se basa nuestra experiencia en la relación que existe entre nuestra sociedad pero a la vez nuestra cultura, ya que en conjunto determinan nuestro comportamiento.

Manuel Ortiz Marín y Yazmín Vargas Gutiérrez en su artículo “Escenario de los jóvenes y participación ciudadana, citando a Castillo (2011) establecen que:

La juventud... está segmentada en grupos con muy distintas posibilidades de desarrollo y acceso a oportunidades educativas, empleo, culturales y entretenimiento que llegan a ser, en

algunas ocasiones, diametralmente opuestas. Las escuelas, modas, costumbres, barrios, gustos, símbolos y por supuesto su poder adquisitivo los separa del colectivo y a la vez los reúne en pequeños grupos con afinidades comunes (Escenarios culturales).

Es facultad conduce al individuo a pertenecer no solo a un grupo sociales, si no a distintos, lo que será de mayor relevancia ante las situaciones puesto que no solo mantendrá una postura si no será capaz de verla desde distintas perspectivas que lo ayudaran a construir su propio estilo de vida, que será único ante los que se encuentre inmersos en la sociedad.

Dejando a un lado la clase social, la raza e ideologías, los jóvenes siempre actuaran de manera adecuada ante los grupos buscando la manera de poder complementarse con el resto, para que al pasar del tiempo conforme vayan madurando se les hará más fácil tomar una decisión.

El futuro dependerá de las decisiones profesionales que se tomen, pareciera fácil pero no lo es, al momento de elegir que licenciatura o ingeniera llevar cuando se ingresa al nivel superior genera conflictos existenciales, en primeras instancias hay quienes desconocen para lo que realmente son buenos o quienes saben que es en lo que se quieren especializar pero de acuerdo a los conflictos sociales por lo que se rodea la sociedad pierden el interés con el pasar de los años. Este proceso no debe dejarse pasar como desapercibido, el éxito o el fracaso depende de ello.

Las percepciones que se tengan de ellas influyen en su elección, en la mayoría de los casos dichas percepciones no son agradables pues asemejan a las desventajas para el futuro de cada individuo al elegirla.

Con el objetivo de facilitar la toma de decisiones académicas y profesionales en los jóvenes de Bachillerato de entre 16 y 18 años, la Asociación Española de Orientación y Psicopedagogía (Benavent, Bayarri, García, Ramírez, & Vivo, 2009) puso en práctica el método METODE.Bach, el cual determina seis dimensiones cognitivas que intervienen en proceso, estos son:

- 1) Autoconocimiento: reflexión sobre las propias aptitudes, capacidades. Sentimientos y valores.
- 2) Conocimiento y comprensión de las opciones académicas y profesionales a las que tiene acceso el alumnado al finalizar la educación secundaria post-obligatoria (Bachillerato).
- 3) Comprensión de sí mismo en relación con sus opciones.
- 4)

Conocimiento y comprensión de la situación social, económica y cultural en las que está inmerso el alumno y su familia. 5) Conocimiento, comprensión y desarrollo de destrezas para la toma de decisiones y 6) Meta cognición: reflexión sobre la toma de decisiones y convicción de que se ha tomado una decisión coherente y responsable.

Habilidades que serán adoptadas en el transcurso del tiempo que dura el curso que llevan a cabo para el reconocimiento de sus destrezas, en el sistema escolar español en Madrid España.

Como en la toma de decisiones generales, en este tipo (profesional) intervienen factores que ayudan a la valentía de los jóvenes al momento de elegir su profesión. Entre estos factores se pueden encontrar; los factores económicos, familiares., geográficos., De la salud, personales. Pero los más importantes ligados a su formación se distinguen los Hábitos de estudio y Rendimiento académico, este puede catalogarse como el principal, ya que de este factor depende el éxito profesional que se le pueda otorgar.

2.2.1 Conducta profesional

La conducta profesional o el profesionalismo no es más que la característica que posee el individuo para determinar la manera en cómo lleva cabo su profesión. La Universidad de la república establece que “Existen referencias de lo que se espera de nuestro desempeño profesional en la descripción del perfil del egresado de nuestra Facultad, en él se detallan las competencias que se debe tener y ejercer” (Universidad de la República, 2018).

La actitud con la que se desempeña cada profesión de manera individual dependerá siempre de la ética profesional, entendida como la disciplina que se encarga de estudiar el comportamiento humano. Este deberá acatarse a los valores con los que fue formado, arraigados del núcleo familiar y aquellas normas que se han establecido.

La conducta profesional se refiere a la acción de actuar de manera correcta y más adecuada de los individuos en su campo laboral, las mejores conductas se verán reflejadas en aquellos que desde una primera instancia eligieron esa profesión, de lo contrario no mostraran interés por estar en constante superación personal. No serán profesionistas amantes y apasionados a su labor.

En el código de ética y conducta profesional, escrito por el Instituto de Manejo de Proyectos (2018) por sus siglas al español en su capítulo manifiesta el siguiente enunciado:

Cada sección del Código de Ética y Conducta Profesional incluye normas obligatorias y normas que constituyen un ideal. Las normas ideales describen la conducta que nos esforzamos por mantener como profesionales. Si bien el cumplimiento de estas normas no se puede medir fácilmente, comportarnos de conformidad con las mismas es una expectativa que albergamos para nosotros mismos como profesionales; no se trata de una opción.

La conducta está regulada base a las normas obligatorias que se plantean, por naturaleza el profesionista crea la necesidad de cumplir con esas reglas que se establecen para su buen comportamiento e interactividad con terceros dentro de su campo laboral, aunque estas no se pueda medir la efectividad de estas, son capaces de discernir las actuaciones que se adecuan en la situación.

La intención y/o objetivo que tiene la conducta humana es que el profesionista tenga la capacidad de desarrollar sus actividades de manera correcta pero sobre todo honesta, pero inspirándolos a cumplirlas no solo de manera profesional si no en sus hogares, empleos externos pero sobre todo en su vida personal.

2.2.2 Información profesional

Al hablar de información profesional se refiere a todos aquellos aspectos, practicas no solo de una determinada profesión sino de las que sean posibles. Así como también del perfil que debe cumplir el joven interesado a cursar el curso.

Este conocimiento previo es indispensable cada vez que se tenga que tomar la decisión, ya que presenta un grado de complejidad alto, el éxito de sus vidas dependerá de la buena decisión que se tome con respecto a la labor social que quieran implementar el resto de sus vidas.

Por eso es indispensable, que cada institución de nivel medio superior muestren interés por ofrecerles a su alumnado las conocidas ferias profesiograficas, donde ellos tendrán una

visión quizá no tan certera pero por lo menos mantendrán una visión más clara de lo que quisieran en un futuro, al egresar de ese nivel.

Estudiantes •

Este proceso mantiene una estrecha relación con lo que conocemos como orientación vocacional que permite el apoyo ya sea por parte de los maestros o de un grupo encargado de esta estrategia. Lo que facilitara al joven a definir la profesión en la que mejor pueda desempeñarse.

Esto se realiza a través de asesoramientos y herramientas como la aplicación de pruebas que ayuden a determinar las habilidades que poseen, para que la elección de su profesión le resulte fácil, aunque este tipo de evaluaciones tiene la capacidad de conocer los ámbitos dónde resulta sobresaliente, así como también las áreas donde mejor se desenvuelve y tiene mayor probabilidad de ser exitoso.

Al practicar la profesión es indispensable tener en cuenta que lo que se busca con ella es aportar el conocimiento a la sociedad para lograr mejores niveles de vida, mejor interactividad y mejores beneficios comunitarios.

Según Lorena Bonilla, Lizbeth López y Alejandro Juárez (2015), citando a María Luisa Rodríguez la orientación establece que los servicios, el programa y orientación puede ser innumerables pero la comunidad educativa y psicoeducativa los ha clasificado según las necesidades y tipos de destinatarios que atiende:

- Servicio de guía en el momento de ingreso en la institución escolar.
- Servicio de evaluación evolutiva y de diferencias individuales del estudiante a lo largo de su escolaridad.
- Servicio de consejo a través de una relación personalizada
- Servicio de información para el estudiante.
- Servicio de investigación y seguimiento para ayudar a aquel que abandona la escolaridad al ajustarse al mundo laboral.

Todas estas herramientas son indispensables para la sociedad en general, para las transformaciones necesarias, los jóvenes y/o adultos se encuentren bien preparados. La finalidad que poseen estos servicios es que nadie se quede sin la oportunidad de formarse profesionalmente pese a las adversidades que pueda presentar durante su trayectoria educativa.

De manera personal antes de tomar una decisión profesional de acuerdo a Virginia Galilea (2018) es indispensable realizar elaborar un plan de actuación que indique lo siguiente:

- Qué objetivos laborales desea alcanzar el usuario.
- Qué áreas laborales son de su interés
- Identificar las diferentes alternativas (matriz de decisiones): anticipar las consecuencias de llevar a cabo estas alternativas a corto, medio y largo plazo; así como las consecuencias positivas y negativas.
- Tener presente los costes: económicos, esfuerzo, tiempo, abandono de otras actividades, etc.
- Tener en cuenta los apoyos.
- Eliminar alternativas no interesantes o no adecuadas.
- Elección de la opción.

El plan de actuación se basará en aquellos objetivos que el individuo se haya planteado como una respuesta de haber obtenido anteriormente la orientación vocacional, de esta manera le será más fácil elegir la profesión, que se adecue a sus habilidades y aptitudes.

2.2.3 Presión social

Se entiende como presión la capacidad de que posee un individuo para ejercer cierto poder sobre otro. La manera en que influirá en la toma de decisiones de los otros estableciendo sus criterios con base a sus experiencias.

Por presión social se entiende pues la condición física que no permite que las personas sean capaces de actuar libremente como quisieran, puesto que se ven obligados a acatarse al modo de vida y a los estándares sociales que estén presentes en la cotidianidad de la vida de los mismos.

Por ello las decisiones que se toman como propias, están condicionadas por la sociedad. Todo esto es fruto de lo que es correcto hacer, lo que creemos que debemos hacer según la opinión de la mayoría o los procedimientos que estamos acostumbrados a percibir.

Como bien lo menciona Domenec BF “cuanto menos personalidad se tiene y más superficial se es, más se sucumbe a la presión social llegando a orientar tu vida basándola en lo que socialmente será aceptado por los demás y lo que no lo será” (2012). El individuo que no sea capaz de diferenciar sus virtudes estará sujeto siempre a lo que la sociedad le encomiende e imponga, será manipulado por terceros y no creará sus propios

criterios acerca de la realidad, solo busca estar bien, caerle bien en pocas palabras a la sociedad siendo esto suficiente para su desarrollo.

Es indispensable que desde el núcleo familiar se eduque con los valores correspondientes y se fortalezca a su vez la autoestima que es elemental para el desarrollo intelectual del individuo para tener la capacidad de hacer frente ante la presión social que existe puesto que no se puede erradicar de manera definitiva.

Para José Madariaga, Ángel Huguet y Cecilio Lapresta, en el artículo “Actitud, presión social y educación inclusiva en aulas con diversidad lingüística y cultural” (2013) establece que:

La predicción de una conducta viene marcada por la intención conductual, que es la combinación de la actitud de carácter privado y la presión del medio sobre esa conducta de carácter público. Entre los referentes sociales significativos que ejercen dicha presión resaltamos la familia, amigos, compañeros y medios de comunicación de masas.

Los grupos sociales serán un factor fundamental para la toma de cualquier decisión, en cualquiera de los ámbitos, claro está, pero dependerá de cada individuo si se acatan o no a las posibles posturas que ellos manifiestan.

Dejarse llevar por las presiones sociales provocará que el individuo llegue a sentirse triste, ansioso, culpable, y decepcionado de sí mismo. En ocasiones es algo inevitable y en algún momento se cede a ella, que no debería ser así. Todos poseen la capacidad de ser seres racionales, lo que debería facilitar la integración de criterios propios para la valoración de las situaciones, conocer sus causas y consecuencia.

En su artículo “Presión social en la adolescencia” Noemí Vega Ruiz (2018) establece para la valoración de dicho caso que:

A menudo la presión del grupo nos obliga a lo largo de nuestra vida a hacer cosas y a adoptar ciertas conductas y comportamientos que sabemos que no son buenas o que están equivocadas. En el caso de los jóvenes o adolescentes, cada vez se sienten más presionados para cometer actos como: burlarse de un compañero, romper materiales ajenos al suyo, consumir alcohol, fumar... Estas conductas pueden ocurrir debido a que el adolescente no tiene el valor para diferenciarse de sus amigos y hacerles frente.

2.3 Divulgación de la licenciatura en Comunicación

2.3.1 Programas y objetivos

La Licenciatura en Comunicación de la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco se consolida como un programa de excelencia y calidad, basado en los interés de la sociedad como una institución pública que se posiciona entre las mejores a nivel nacional, es un programa que es bien reconocido en la región por su veneración única en cuestión de disciplina, con el objetivo de formar profesionales competentes, cuyas actitudes, valores, conocimientos y habilidades les permitirán intervenir con rectitud en los diferentes ámbitos comunicativos del entorno local y mundial.

Para ello, la institución lleva a cabo el programa movilidad estudiantil donde los jóvenes con un porcentaje específico de avance curricular y un promedio de 8.5 para arriba, les ofrecen becas para que se salgan del estado a cursar un semestre o un año a otro país, con la finalidad de que experiencia obtenida con la buena calidad educativa que se maneja en otros países como España, Estados Unidos, Canadá, China etc, ayuden al estudiante a tener expectativas mayores con respecto a su profesión y se encuentren mejor preparados, para no tener problemas tan graves cuando se enfrente a la realidad laboral. (UJAT, 2018)

A) Objetivo general de la licenciatura en comunicación en la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco;

El objetivo general de la Ujat con respecto a los Licenciados en Comunicación es crear profesionales líderes, con un grado intelectual elevado presentando una visión innovadora que ayude a la identificación y resolución de problemas sociales que irrumpen el desarrollo de la misma en distintos ámbitos ya sean; políticos, económicos, culturales, etc. “para mejorar los procesos de información y de comunicación interpersonal, organizacional, institucional y social” (UJAT, Plan de Estudios, 2018)

B) Objetivos específicos:

- Estimular y fortalecer el estudio riguroso del contexto nacional e internacional tanto en aspectos culturales, sociales, políticos y comunicativos.
- Fomentar los principios y valores que permitan comprender y ejercer la actividad comunicativa con ética y compromiso, asumiendo el sentido de responsabilidad de los medios de comunicación con la sociedad.
- Desarrollar competencias para el estudio y la comprensión de públicos y mercados que permitan el diseño y elaboración de estrategias comunicativas que impacten el entorno social.
- Fortalecer el campo de acción de la comunicación para intervenir en procesos formativos, de orientación y difusión dentro de las organizaciones e instituciones públicas y privadas y en la sociedad misma, como mediador.
- Propiciar a través del aprendizaje autogestivo el desarrollo personal y profesional incrementando la calidad de vida.
- Desplegar capacidades propicias para la investigación, la toma de decisiones, el trabajo en equipo que permitan intervenir en los contextos donde se desarrolla profesionalmente (UJAT, Plan de Estudios, 2018)

2.3.2 Perfiles de ingreso y egreso

Con el objetivo de formar profesionales destacados en la carrera la Ujat como institución en su página presenta las características que debe poseer un joven universitario al ingresar y egresar de la carrera. Los perfiles corresponden de manera específica a la comunidad estudiantil de DAEA que son:

A) Perfil de ingreso del licenciado en comunicación en la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco:

Una profesión por naturaleza requiere de elementos que sustenten el conocimiento adquirido durante su formación estudiantil, el cual está basado en el Plan de Estudio

de la Universidad, el cual establece que los estudiantes de comunicación debe ser individuo interesado en conocer los problemas sociales a los que se enfrentan, este proceso necesita de un nivel de observación alto para estudiar los fenómenos que se establecen. Por ello, debe ser un apasionado a la lectura de cualquier tipo así como también debe efectuar la expresión escrita y oral de manera adecuada. Es necesario pues que el aspirante a licenciado en comunicación posea las siguientes características:

- Facilidad para establecer comunicación oral y escrita.
- Hábitos de estudio.
- Aptitudes para el trabajo en equipo.
- Disposición para aprender constantemente.
- Habilidad de pensamiento lógico, analítico y crítico.
- Habilidad para la búsqueda y recuperación de información.
- Capacidad para comprender e interpretar textos académicos.
- Capacidad para responder a problemas prácticos, generar propuestas y soluciones.
- Manejo básico de herramientas computacionales.
- Tener un proyecto de vida
- Poseer valores y principios de ética y moral (DAEA, 2018, pág. 7)

B) Perfil profesional del egresado de la licenciatura en comunicación en la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco:

Un profesional en Comunicación será un individuo especializado en organizar, emplear y analizar los procesos de comunicación desde una postura crítica que estará sustentada con todos los conocimientos adquiridos en su vida universitaria, en los distintos ámbitos comunicativos, pero sobre todo con la práctica de valores que fortalecen el crecimiento y desarrollo humano, social pero sobre todo cultural de cada uno de ellos. El egresado de la Licenciatura en Comunicación será un profesionista capaz de llevar a cabo los siguientes procesos:

- Generar conocimientos de manera sistemática, ordenada y rigurosa en áreas relativas a la profesión para sustentar procesos de intervención en la realidad.
- Usar apropiada, eficaz y eficientemente el lenguaje oral y escrito para su aplicación profesional y social.
- Comprender y asumir el sentido de responsabilidad social de los medios de comunicación en la dinámica social.
- Elaborar contenidos para los modernos soportes de la información que demandan los acontecimientos globales y locales con beneficios en la cultura y la sociedad. Investigar, acopiar, analizar, seleccionar y difundir información de interés público a través de diferentes medios.
- Diagnosticar necesidades comunicativas en diversos ámbitos
- Producir, conducir y analizar mensajes mediáticos de diversa naturaleza.
- Planear, diseñar, producir y evaluar campañas de publicidad, propaganda e imagen.
- Generar estrategias, asesorar, evaluar procesos de comunicación interna y externa en las organizaciones.
- Capacitar y producir materiales comunicativos para la formación de recursos humanos.
- Diseñar y desarrollar estrategias de comunicación para asesorar necesidades de imagen pública.
- Observar, analizar y criticar los movimientos y escenarios sociales en la perspectiva de los procesos comunicativos que en éstos y de estos se derivan.
- Manejar adecuadamente la lengua inglesa con fines de sostener una conversación, elaborar y comprender textos propios de la profesión (DAEA, 2018)

2.3.3 Ferias profesiográficas y eventos.

Con la intención de darle a los jóvenes bachilleres una noción al ingresar a la licenciatura en comunicación en la Universidad Juárez Autonomía de Tabasco (UJAT) en su plataforma oficial, ofrece a sus internautas un apartado llamado “ Departamento de Orientación Educativa” que tiene el objetivo de orientar tanto a los que desean integrar como los jóvenes universitarios que pertenecen ya al alma mater, para garantizar a su vez la calidad del proceso educativo a través de las diferentes etapas de la formación.

Cada año en los distintos planteles educativos de nivel Medio Superior tanto públicos como privados, llevan sus conferencias profesiográficas sobre todas las carreras que ofrecen como institución universitaria, estableciendo un panorama general de las materias, créditos, campos etc. que las conforman.

Organizan la expo universitaria o mejor conocida feria profesiográficas para presentar a los jóvenes la oferta educativa que tiene la licenciatura a nivel local esto se lleva en el mes de Julio involucrando a las universidades tanto públicas como privadas.

Al igual se realizan con ayuda de las universidades y mayormente con los alumnos que tienen promedios más altos recorridos a los grupos de estudiantes para que conozcan las instalaciones de la división en la cual deseen estudiar eso sí, teniendo en cuenta que debe ser con una solicitud previa.

Aunque la difusión que estos departamentos tienen es escasa por ello hay quienes no tienen ni idea que estas están a su alcance, factor que puede ayudar a los jóvenes estudiantes a elegir de manera fácil y objetiva la carrera que desean cursar (UJAT, Plan de Estudios, 2018)

Todos estos eventos se realizan con la intención que los jóvenes tengan como primera opción la máxima casa de estudios universitarios en Tabasco, para seguir en las listas sobre todo de las mejores universidades a nivel nacional. Ofreciendo a los jóvenes espacios re confortables tanto fuera como dentro de las aulas.

Es sobre todo una de las universidades que implementa la inclusión de personas con capacidades diferentes con maestros capacitados para estos casos y la facilidad de adaptar los horarios y edificios para estas personas, sin tener dificultades para ir de un lugar a otro en la institución.

2.4 Decisiones profesionales

2.4.1 Influencia de los padres

Los jóvenes se enfrentan en la actualidad en un dilema mayor sobre qué carrera elegir para desarrollar sus habilidades, por ello la influencia de las personas cercanas a ellos, cada vez se refleja en la toma de sus decisiones, soy jóvenes que aun no encuentran su vocación o simplemente dudan de sus capacidades. En este caso los padres fungen como factores elementales de este proceso, gracias a su autoridad que tienen sobre ellos, como sus progenitores.

En su tesis “Influencia de los padres en la elección de carrera desde la perspectiva del estudiante universitario” Luciano Vega (2003) citando a Bohovolosky establece que en este proceso de elección intervienen valores sociales, educativos, económicos, pero principalmente familiares basados en dos elementos uno de carácter externo y uno interno.

El caso de los elementos de carácter externo hace referencia a la calidad de vida que tiene la familia del joven tanto social como económicamente, considerando a su vez la situación en la que se encuentra su lugar de residencia, lo que puede resultar positiva (consejos, recomendaciones, advertencias etc. que se le concedan sin condicionar su decisión) o negativa (sugerencias para que estudie lo que el padre quería). Por su parte los factores internos como su nombre lo indica son aquellos que el joven posee adaptados a sus capacidades y habilidades.

Los motivos que muchos de los padres suelen ejercer en sus hijos (as) al momento de elegir una carrera es a través de presiones, puesto que estos pretenden imponer en sus hijos (as) sus criterios en la toma de decisiones, ignorando que se trata de un problema personal intransferible. Sin embargo, se considera que los padres deben y pueden informar y aconsejar a sus hijos (as), pero nunca decidir por ellos. Las presiones familiares responden muchas veces al intento de adoptar "como sean" los deseos del hijo o de la (a) los proyectos de los padres. Un proyecto muy frecuente es que los hijos o las hijas sigan "la tradición familiar". Otro proyecto, es que el hijo o la (a) tenga una carrera. (Barrera L. , pág. 22)

Existe la necesidad de obedecer siempre a los padres para que se sientan orgullosos y ganarse a su vez el respeto de ellos, porque si no resultan ser malos hijos, los lleva a tomar decisiones que no son del agrado personal. En el caso de elegir la profesión que ellos quieran y la que “mayores” beneficios dejara. Provoca una inestabilidad emocional, que en algunos casos lleva a la frustración, porque no se especializan en algo que realmente les apasione, nunca la llevan a cabo con la finalidad de ser los mejores y sino cumplir con la encomienda de sus padres. Aunque no solo para cumplir el sueño frustrado de sus padres, en otros casos para quedarse con la plaza que adopto ya sea su mamá o papá, tras un largo trayecto de experiencia.

Las aportaciones que hacen estas dos figuras que representan la familia deberían ser siempre positivas, con la finalidad de dejar al joven decidir por su propia cuenta que es lo que quiere para su futuro. El proceso se vuelve más fácil cuando ellos toman el papel de animadores, de apoyar y defender la decisión que tomen.

La formación personal de cada individuo recae en las figuras paternas y no hay algo que establezca lo contrario, desde que se generan relaciones interpersonales con todos y cada uno de los integrantes de la familia, poco a poco se conoce cuales son pasiones y disgustos, por lo tanto el involucrarlos en las actividades cotidianas resultan importantes para que se sientan tomadas en cuenta y con pequeñas actividades se provoca que el joven tenga la necesidad de buscar su propia felicidad y ser a su vez personas con autoridad e independientes que los ayuda a desenvolverse cuando se enfrentan al mundo profesional, si ninguna dificultad de relacionarse con el resto.

Dichas actividades crean en los jóvenes estímulos que lo ayudan a su formación, entre más disciplina implementa en querer hacer bien las cosas, mejor identifica sus fortalezas y debilidades en cuanto a lo que realmente le interesa y se idealiza en un mundo por el resto de su vida, por el contrario, lo hace para cumplir con el mandato de los padres.

Cabe recalcar que las presiones paternas muchas veces son consecuencia del desconocimiento que tienen de la profesión, lo que provoca de cierta manera una discriminación hacia esta, ya que no conocen la complejidad que tiene en sí, al referirnos a la licenciatura en comunicación la asocian simplemente con los medios de comunicación, cuando en realidad engloba un sinnúmero de ramas profesionales, donde un comunicólogo pueda desarrollar sus habilidades. Por desgracia, esto solo se logra comprender si se cursa

la carrera, puesto que no hay información suficiente o al menos clara de lo que se puede llegar a ser como licenciado en comunicación.

Damián Montero (2018) en su artículo “La influencia de los padres en la elección vocacional de sus hijos” identifica que gracias al poder de los padres sobre los hijos se genera una influencia inevitable, que se obtiene a través del entorno en que vive, los buenos hábitos como el de la lectura ayudaran a crear un mayor intelecto en ellos y facilitará el reconocimiento de lo bueno y lo malo, de toda circunstancia.

Estas con algunas de las recomendaciones que Damián Montero establecen para definir el futuro profesional:

-Autoconocimiento: Conocer las habilidades y competencias que se posee de manera personal, para determinar en qué campo se pueden llevar a cabo en el ámbito profesional y en el que se quiera desarrollar el resto de su vida.

-Oferta académica: Es decir, conocer de manera adecuada cuáles son sus planes de estudio, pero sobre todo las asignaturas que involucra en cada semestre. De alguna manera facilitara el interés del joven a elegir la carrera.

-Mercado de trabajo: Sera indispensable conocer las actividades que se realiza ya como profesionales, hasta involucrarse con los que ya están en la profesión elegida para investigar los pros y los contras que tenga (Montero, 2018)

2.4.1 Influencia de los maestros

Sin duda otro de los factores que intervienen en la elección de una carrera universitaria son los maestros, en este caso los que fueron parte de su vida estudiantil en el nivel bachillerato. Gracias a la experiencia que tienen en los distintos ámbitos profesionales y que fungen como mentores especializados de los jóvenes y que son indispensable como antecedente para el ingreso de una universidad.

Un maestro tiene el objetivo de guiar y orientar a sus alumnos con respecto a su formación profesional, aunque su influencia no resulta del todo, los jóvenes solo toman sus advertencias como consejos y no como aspectos que deberían ser obligatorios es aquí donde se manifiesta la influencia de los padres por ese poder que tienen sobre ellos.

Por el tiempo que conviven los jóvenes con los maestros son capaces de conocer sus experiencias, emociones e interés que tienen en un futuro, lo que les facilita entender sus habilidades y reconocer en que profesión pueden desarrollarlas, por eso resulta lógico que a la hora de elegir se conviertan en un factor de influencia. Aunque lo que importa en este proceso es que el estudiante sin dejar de atender las sugerencias que se le hacen tenga la capacidad de diferenciar y reconocer los que quiere valorando sus propios deseos e intereses.

En sus tesis Factores que influyen en la elección de la carrera de magisterio. Análisis de las expectativas vocacionales de los aspirantes a maestro Marta del Pino, citando a Durkheim y Merto sintetiza que:

Al considerar que la sociología se debe dedicar al estudio de los “hechos sociales” en su conjunto, los definió como “modos de actuar, de pensar y sentir externos al individuo, y que poseen un poder de coerción en virtud del cual se imponen a él” (Durkheim, 1956, p. 5). Es decir que, de una manera u otra, las decisiones del individuo, y en concreto, la elección de carrera, van a estar influenciadas, cuando no determinadas, por los “hechos sociales”. El individuo interioriza un conjunto de factores que guiarán sus decisiones porque, a pesar de su independencia o libertad, forma parte de una sociedad. Por su parte, Merton (1957) afirma que la influencia de las circunstancias puede ser latente o manifiesta. Para él, “la distinción entre funciones manifiestas y latentes se ideó para evitar...confusión...entre las motivaciones conscientes de comportamiento social y sus consecuencias objetivas” (Merton, 1957, p. 61). (Fuente, 2016, pág. 23)

El proceso de la influencia por cualquiera de los factores sociales resulta inevitable pues son los entes que están presentes en la formación personal de cada individuo que integra la sociedad, aunque depende de ellos si las advertencias o consejos son tomados en cuenta, ninguno resulta innecesario, pero se toma de ellas las partes más convenientes.

En la actualidad está presente aun el factor de elegir una carrera profesional gracias a la popularidad que tiene y a los que le agregan altos valores externos, gracias al nivel tan extremo que existe de la desinformación de las mismas. Cuanto mayor conocimiento de tenga de la carrera con respecto a las estructuras institucionales, mayor facilidad en su elección se puede generar.

Mediante un estudio realizado por Alicia Cano en la ciudad de San Luis Potosí el cual tenía como objetivo determinar cuáles eran las motivaciones que siguen los jóvenes al elegir una carrera se pudo determinar lo siguiente:

Se encontraron elementos que indican la existencia de una relación entre los motivos de los estudiantes y la elección de carrera. Las motivaciones formuladas en pensamientos y proyecciones acerca del futuro llevan a los jóvenes a seleccionar profesiones basándose en los valores que les atribuyen y que los llevan a conseguir satisfactores externos. Los valores predominantes que los estudiantes adjudican a las carreras son; prestigio, posición económica, mayor oportunidad de empleo, formación académica y desarrollo social. (Celestino, 2008)

Por lo que se puede deducir que la mayoría de los jóvenes involucran factores económicos, las oportunidades de empleo que puedan tener o hasta el prestigio que puedan llegar a tener de acuerdo al puesto que logren. Por ellos se dejan llevar por las advertencias y/o consejos de parte de las personas con las que conviven todos los días, como son los maestros, pues los toman en ocasiones de ejemplos, mayormente de acuerdo a su estatus social y calidad de vida.

2.4.4 Inicio y fin en la profesionalización

Para entender este capítulo es indispensable tener un concepto claro sobre que es la profesionalización, no es más que el proceso social mediante el cual los jóvenes mejoran sus habilidades para hacerlas competitivas en relación a la profesión de su interés, sin especificar un cargo en el mismo, lo que se transforma en una verdadera profesión de alta integridad y competencia en el ámbito laboral. Este proceso se ve forjado a integrar alguna institución ya sea pública o privada para que lleve a cabo esta práctica y formación de cada individuo que desee superarse.

La aparición de los medios de comunicación y el gran desarrollo de las TIC trajo consigo una creciente demanda en la carrera de comunicación, lo cual se refleja con las 60 escuelas

de comunicación que se abrieron en México en los ochenta y las 82 de los noventa, de acuerdo con la ANUIES.

Benassini (2002) afirma que de las cerca de 240 escuelas de comunicación que existían en México en 2000, 16 por ciento eran de carácter público y el 84 por ciento restante eran instituciones privadas, la mayoría de reciente creación, de perfil bajo y con criterios poco definidos.

Al ingresar a la licenciatura en Comunicación no solo a nivel estatal sino nacional, el pensamiento que poseen los jóvenes es de que en el campo laborar como comunicólogos solo tienen la oportunidad de trabajar en los medios de comunicación, pero conforme van pasando los semestres, son capaces de diferenciar que existe una gama amplia en la que pueden desarrollar tanto sus habilidades como conocimientos obtenidos durante su vida universitaria.

El Observatorio Laboral Mexicano (2008) reporta que en ese año (2007), 26.4 por ciento de los egresados de comunicación se ocupaba en un área para la que fueron formados, entre las que se encuentran escritores, críticos, periodistas, redactores, directores, productores, locutores y conductores, gerentes y administradores de área y empresas. (Olayarria, 2012)

El comunicólogo es determinado como un todólogo, no solo por el hecho de que tiene que saber de todo sino porque tiene la capacidad de desarrollarse en distintos campos laborales, experiencias que se van adoptando conforme las practicas que se realizan pues de lo contrario este aspecto los jóvenes desconocen, interesados o no en cursar la carrera.

Tienen la facilidad de demostrar sus habilidades en las actividades relacionadas con comunicación como lo son: mercadotecnia, publicidad, relaciones públicas, diseño, emergente hasta en lo organizacional, las asignaturas se plantean en cada semestre de acuerdo a la formación. En los primeros semestres la UJAT (Universidad Juárez Autónoma de Tabasco) involucra a sus alumnos en los 4 campos en los que se especializan, agregando una o dos materias que tengan que ver con ellos, con la intención que el alumno reconozca el área en la que puede desenvolverse sin ningún inconveniente para después del 6to semestre, empezar orientarlos hacia el campo profesional de su interés.

Entendemos la importancia de que el estudio de la comunicación sea abordado científicamente y la imperiosa necesidad de que su práctica tenga un fundamento conceptual, metodológico y técnico producto de una ciencia: la Comunicología. Sin embargo, nacer en el siglo XX privó a esta disciplina de concebirse como ciencia, ya que su método ha sido cuestionado y menospreciado por muchos. Se condenó llamar a la disciplina por el propio fenómeno que estudia: Comunicación (como si la Sociología fuera una ciencia llamada Sociedad). (Cardona, 2011, pág. 2)

La identidad como licenciados en comunicación que se tiene sobre estos no es la correcta, los siguen considerando profesionales que solo pueden pertenecer a los medios de comunicación, aunque en casos específicos como la UJAT, se titulen con una especialidad y sea más fácil desarrollar sus habilidades en su campo de interés.

Gracias a su capacidad crítica un comunicólogo se puede integrar a los distintos ámbitos sociales, como política, economía, administración en casos especiales, derecho etc., por su preparación intelecto con la que fue formado, durante su vida universitaria. Se puede considerar la licenciatura en comunicación como una de las profesiones más complejas y no fácil como muchos la consideran, ya que la preparación no solo consta en uno de los sectores si no en todos en los que se pueda involucrar base a su experiencia.

Thurow (1983) sostiene que en la teoría de la fila la productividad no radica en el individuo, sino en el puesto de trabajo, al cual muchos quieren llegar pero pocos lo logran, ya que la reducida oferta de espacios provoca que se haga fila en espera de la oportunidad anhelada. En este sentido, argumenta, la escolaridad proporciona indirectamente herramientas que permiten al contratante identificar competencias y capacidades de los candidatos. (Olayarría, 2012)

Todo dependerá del comunicólogo y lo ético que quiera ser al omento de poner en práctica sus conocimientos, si bien en la universidad se dan los elementos básicos para la integración de su profesión, es de manera personal lo que el individuo realice para valorar su trabajo.

Las etiquetas que se asignan a la licenciatura son muchas, como el que no es una profesión bien pagada, que se requiere de mucho desgaste físico para lograr las encomiendas. Los buenos profesionales de esta carrera no se dejan llevar por estos factores, al contrario cumplen sus funciones porque es lo que les apasiona y lo hacen con el objetivo de ayudar sobre todo a la sociedad a ser un mejor mundo, con capacidades crítica y con la facilidad de generar sus propias opiniones en el caso de los periodistas que ese es su objetivo.

México.

de Tabasco.

Universidad Juárez Autónoma de Tabasco.

CAPITULO III
Metodología

3.2 Técnicas de recolección de información

Con la finalidad de cumplir con los objetivos planteados en el capítulo I de la investigación se utilizarán dos técnicas de recolección que su adecuada aplicación respectivamente originará las conclusiones y el surgimiento de nuevos conocimientos que ayuden al investigador en su formación profesional.

Para esto, se consideró necesario utilizar encuesta y entrevista como parte del tipo de metodología (mixta) que se empleó para el desarrollo y resolución de la problemática establecida, la combinación de estas técnicas serán la fortaleza directa de la investigación como parte de la interacción que se establecerá con los sujetos investigados. Estas técnicas fueron elaboradas por el investigador buscando adaptar instrumentos y herramientas que hagan evidente su análisis posterior.

3.2.1 Encuesta

Como principal técnica cuantitativa para la recolección de datos que ayudará a la comprobación de la hipótesis establecida durante la planeación de la investigación, se utilizó una encuesta conformada por 15 preguntas con un orden adecuado que facilitara el acceso de la información que se requería.

La encuesta se considera en primera instancia como una técnica de recogida de datos a través de la interrogación de los sujetos cuya finalidad es la de obtener de manera sistemática medidas sobre los conceptos que se derivan de una problemática de investigación previamente construida. La recogida de los datos se realiza a través de un cuestionario, instrumento de recogida de los datos (de medición) y la forma protocolaria de realizar las preguntas (cuadro de registro) que se administra a la población o una muestra extensa de ella mediante una entrevista donde es característico el anonimato del sujeto. (Facheli, 2019)

-

Por ello, la información obtenida mediante esta técnica reunirá principios relacionados con el trabajo de recolección, análisis y presentación de la información que se obtenga. Los resultados obtenidos de esta serán presentados mediante gráficas para un mejor entendimiento.

Esta encuesta tuvo una prueba piloto en Febrero del 2019 entre 15 alumnos de bachillerato con la cual se probó el instrumento distribuido de forma aleatoria , donde se pudo identificar los errores y aciertos que tenía dicha técnica, todo con la finalidad de que se lograra la obtención adecuada de los datos para la comprobación de los objetivos planteados.

3.2.2 Entrevista

La segunda técnica que se empleó para obtener los resultados de la investigación fue una entrevista en la cual se establecieron una serie de preguntas ordenadas cronológicamente para que llevaran una congruencia y los datos obtenidos fueran precisos y no tomaran otro sentido distinto al de los objetivos.

Como técnica de recolección la entrevista cumplió con la finalidad de obtener la información que se necesitaba de acuerdo a sus experiencias y opiniones personales, de los sujetos entrevistados. Dicho instrumento resultó con mayor eficacia a la hora de recolectar los datos que se necesitaban para corroborar la hipótesis.

La entrevista es una técnica de gran utilidad en la investigación cualitativa para recabar datos; se define como una conversación que se propone un fin determinado distinto al simple hecho de conversar. Es un instrumento técnico que adopta la forma de un diálogo coloquial. Canales la define como “la comunicación interpersonal establecida entre el investigador y el sujeto de estudio, a fin de obtener respuestas verbales a las interrogantes planteadas sobre el problema”

propuesto”. Heinemann propone para complementarla, el uso de otro tipo de estímulos, por ejemplo visuales, para obtener información útil para resolver la pregunta central de la investigación. (Laura Díaz-Bravo, 2013).

Para la aplicación de esta técnica no fue necesario hacer una prueba piloto ya que, se realizó a los directivos de algunos de los departamentos de UJAT, debido al interés del investigador de conocer los niveles de influencia que pueden tener a nivel institución de los jóvenes sobre la licenciatura.

Bajo los 3 ejes temáticos básicos que aborda la entrevista que son; Paradigmas técnicos, paradigmas prácticos y el acercamiento que ayudó a otorgarle a la información mayor veracidad.

Universidad Juárez Autónoma de Tabasco.

CAPITULO IV
Análisis de resultados

Encuesta

Del total de encuestados fue de 60 estudiantes del Colegio de Bachilleres de Tabasco Plantel #1 de los cuales 36 fueron mujeres y 24 hombres.



Gráfica 1 Población encuestada

El 40% de los encuestados fueron hombres y el 60% son mujeres de las cuales solo 1 realmente se encuentra interesada en cursar la licenciatura. Ya tiene una visión futura como locutora de radio.

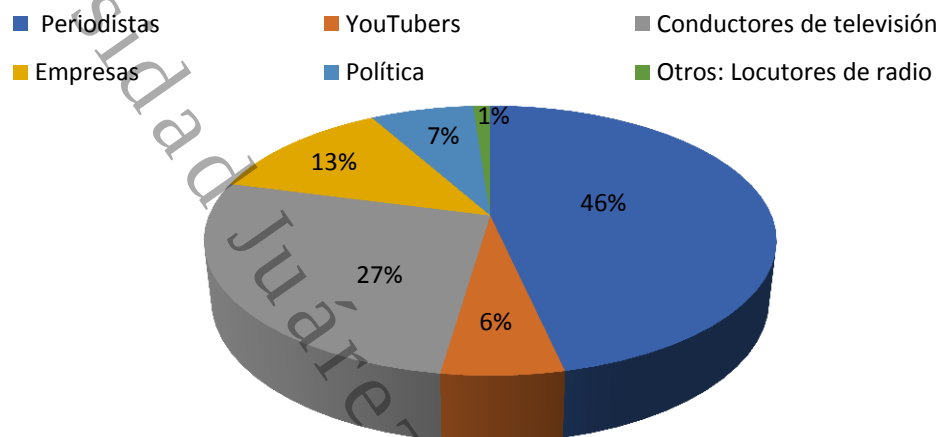


Gráfica 2 Características de los licenciados en Comunicación de acuerdo a la población encuestada.

Los elementos que se plasmaron como respuestas a esta pregunta fueron extraídos del perfil de ingreso de la UJAT en especial de la División Académica de Educación y artes, más de la mitad respondió que los Licenciados en Comunicación deben tener la facilidad de

expresión tanto oral como escrita pocos coincidieron que deben tener creatividad y son de los elementos fundamentales que requiere la carrera debido a su complejidad.

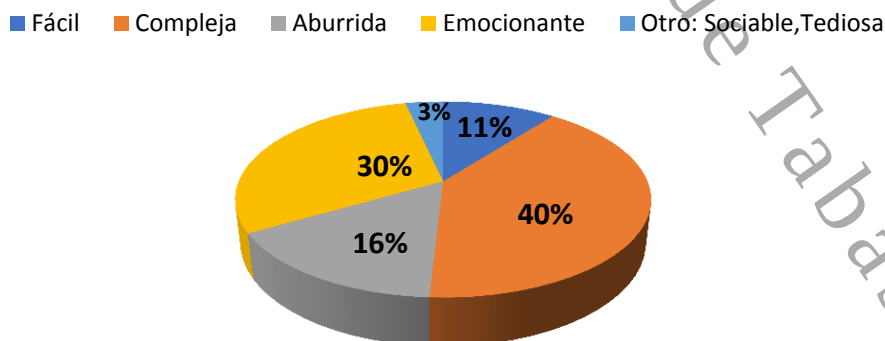
2.- En qué trabajan los licenciados en comunicación:



Gráfica 3 Áreas dónde se desarrolla un profesionista en Comunicación de acuerdo a los encuestados.

Esta grafica muestra la mala comprensión que tienen los jóvenes bachilleres sobre la labor que realizan en el campo laboral. Periodistas y conductores de televisión fueron las respuestas con mayor porcentaje con 46% y 27% respectivamente. Y parece asombroso pero hay quienes consideran que son YouTubers.

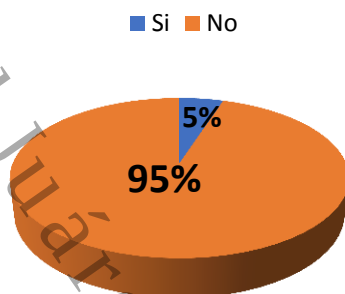
3. ¿Qué piensas de la licenciatura en comunicación?



Gráfica 4 La realidad de la licenciatura en Comunicación.

Sobre qué piensas los estudiantes acerca de la licenciatura e comunicación el 40% de los encuestados respondió que es una licenciatura compleja, el 30% la considera emocionante, el 16% dice logra ser aburrida por la parte teórica, el 11% piensa es fácil y solo el 3% considera que te puede ayudar a ser sociable pero no deja de ser tediosa.

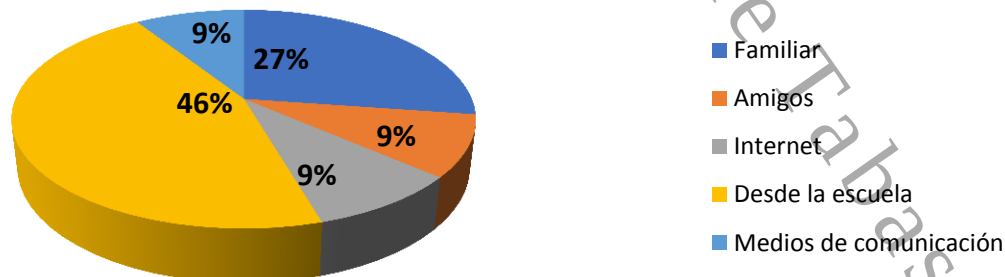
4.- ¿Conoces el plan de estudio de la licenciatura en comunicación?



Grafica 5 Conocimiento del plan de estudio de la UJAT de acuerdo a los encuestados.

De los encuestados solo 3 conocen el plan de estudio de la UJAT y 57 no tienen idea en que se basa. Y quien lo conoce es por hay alguna cercanía con la licenciatura.

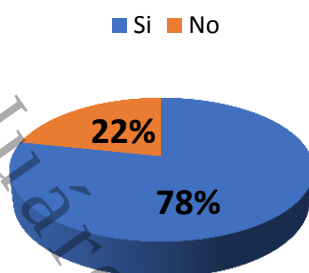
5.-En caso de que tu respuesta anterior sea positiva; ¿Cómo lo conoces?



Grafica 6 Medios por el cuál conocen el plan de estudio de la Ujat.

Esta pregunta debía ser contestada siempre y cuando la anterior se haya contestado positivamente y acatándonos a ese factor 2 de los jóvenes lo conocen debido a algún familiar y el otro por los medios de comunicación.

6. Profesionalmente, ¿Crees que hay futuro para la licenciatura en comunicación?

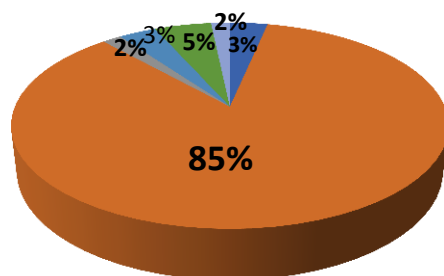


Grafica 7 El futuro de la licenciatura en Comunicación desde el punto de vista de los encuestados.

Esta grafica muestra el resultado de la pregunta número seis relacionada con el futuro de la licenciatura en comunicación en la cual 47 estudiantes respondieron si hay futuro y el resto simplemente no le ve un mayor alcance.

7. ¿Cómo decidiste qué licenciatura estudiar al terminar la educación media superior?

- Por influencia de mi familia
- Por lo que los maestros me dicen
- Por un test de orientación vocacional
- Otro: No voy a estudiar
- Por intereses personales
- Por seguir a mis amigos
- Porque la universidad me queda cerca

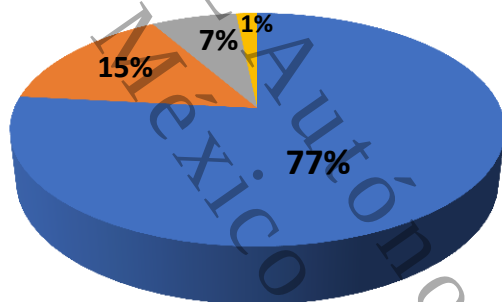


Grafica 8 Influencias al elegir una carrera profesional de acuerdo a los jóvenes encuestados.

Al hablar del 855 de los alumnos del Plantel número 1 de Villahermosa nos referimos a 51 de los encuestados quienes decidieron que estudiar de acuerdo a sus intereses personales y muy pocos por la influencia de que ejercen sus padres en ellos.

8.- ¿Qué sabes o qué información tienes sobre la licenciatura en Comunicación de la UJAT?

■ Nada ■ Dicen conocer poco ■ Conocen la licenciatura ■ No le interesa



Grafica 9 Información con la que cuentan los encuestados acerca de la licenciatura en Comunicación de la UJAT.

En esta última pregunta acerca de la información que tienen sobre la licenciatura en comunicación de la UJAT podemos deducir que son 55 alumnos que no conocen nada porque quienes dicen conocer poco realmente su conocimiento es absurdo, 4 si la conocen y 1 de plano no está en lo más mínimo interesado en ella.

4.1 Análisis de encuesta

Dentro del trabajo de campo realizado en el Colegio de Bachilleres plantel #1 de la ciudad de Villahermosa, con dos grupos del turno matutino con un total de 60 alumnos, de los cuales el 60% son mujeres y el resto hombres, se detectó que en la actualidad son pocos los interesados en cursar la licenciatura en Comunicación, mayormente la colocan como segunda opción al realizar sus exámenes de nuevo ingreso.

Al ser cuestionados acerca de cuáles son esas características con las que debe cumplir un comunicólogo más de la mitad de los jóvenes respondió que debe tener la facilidad para establecer comunicación tanto oral como escrita así como también la habilidad de un pensamiento lógico, analítico y crítico, dado que la mayoría considera que los licenciados en comunicación se desempeñan como Periodistas o Conductores de Televisión y en casos especiales como YouTubers. Cabe recordar que en esta pregunta podían seleccionar más de una de las respuestas, las cuales todas fueron extraídas del Perfil de Ingreso de la UJAT, quienes consideran indispensable tener un proyecto de vida.

A pesar del vago conocimiento que tienen sobre la carrera la consideran compleja pero emocionante a la vez, muy pocos piensa que es fácil porque toda profesión tiene su grado de dificultad.

Con los datos obtenidos en la pregunta número cuatro se pudo identificar que solo el 5% es decir 3 de los encuestados, conoce el Plan de Estudio de la licenciatura en Comunicación de la UJAT y esto gracias a que algún familiar esta o estuvo involucrado en el campo de lo contrario lo hubiesen desconocido. El cuestionamiento 5 debía responderse si contestaban afirmativamente la pregunta anterior pero hubo quienes lo hicieron, tal parece les gustaría que la institución tuviera el interés de mostrarlo a la comunidad estudiantil.

Los jóvenes bachilleres consideran que si hay futuro para la licenciatura debido a la gran influencia y desarrollo de las redes sociales.

Ahora bien, dado que uno de los objetivos específicos de este trabajo es identificar que fuentes de información influyen en la percepción de los jóvenes, en la distribución de porcentajes se pudo reconocer que el 85% decidió que estudiar por interés personal y solo un 3% por influencia familiar, aunque hay quienes la eligieron porque la universidad les queda cerca de su residencia.

Con la información recolectada se puede advertir que la información que tienen los jóvenes sobre la licenciatura en comunicación en caso especial de la UJAT, es escasa, ya que el 77% de los encuetados dijo no saber absolutamente nada acerca de esta, un 17% dicen conocer muy poco y por ejemplo; que hay baja demanda, no hay empleo, que es una carrera dinámica, etc y solo un 7% conoce un poco más de la licenciatura.

Universidad Juárez Autónoma de Tabasco.
México.

Entrevista

PARADIGMAS TEÓRICOS		
Eje temático - Pregunta	Informante 1 Mtr. Ángel Valdivieso Cervantes Presidente de la Academia de Comunicación	Informante 2 Lic. Javier Tolentino Suplente de Fortalecimiento Académico
1.- ¿Cómo se decide una carrera?	-Los jóvenes la eligen de acuerdo a sus intereses. -Pero en ocasiones es de acuerdo al contexto familiar, si el papa es licenciado, el hijo también tiene que ser licenciado.	-En ocasiones por comodidades de distancia. -Por intereses personales. -De acuerdo a sus habilidades y gustos.
2.- ¿Qué factores mediáticos o sociales podrían influir en la decisión?	-Campañas de socialización. -Familia.	-Las influencias familiares, si el padre es arquitecto el hijo debe ser arquitecto. -Por el contexto en que se

	-La mercadotecnia como factor determinante.	desarrollan. -Los factores mediáticos, ya no influyen. -Las instituciones, ellos son los que intervienen de manera directa.
3.- ¿Qué tipo de información se requiere para difundir la licenciatura?	-Programa institucional de la universidad en general. -El abanico de oferta de materias de manera organizada. -Es muy importante presentar el nombre de los profesores y algunos datos de su trayectoria. - Por último, la plantilla académica	-Es indispensable presentar el plan de estudio. -Perfil de los maestros que integran la institución.

PARADIGMAS PRÁCTICOS		
Eje temático - Pregunta	Informante 1 Mtr. Ángel Valdivieso Cervantes Presidente de la Academia de Comunicación	Informante 2 Lic. Javier Tolentino Suplente de Fortalecimiento Académico
4.- ¿Cómo se difunde la carrera en comunicación?	- A través de talleres educativos. - Por medio de muestras profesiográficas (ferias profesiográficas). - Campañas publicitarias a través de los medios de comunicación y redes sociales, en especial de la misma institución.	- A través de las ferias profesiográficas. - La verdad la universidad carece de estrategias implementadas para que los jóvenes conozcan la licenciatura de nuestra universidad.
5.- Qué estrategias se han implementado desde esta área?	- Normalmente se organizan congresos para la difusión de dicha licenciatura. - La reconocida feria profesiográficas. - Al igual que las campañas	- Principalmente la actualización de la licenciatura. - Capacitación hacia los profesores. - Migración al enfoque de

	publicitarias.	competencia. -Migración al programa SATCA de créditos.
6.- ¿Cuál es la periodicidad de difusión de la licenciatura en comunicación?	- Es de tiempo permanente, debido a la facultad de ingreso de los alumnos (2 ciclos escolares) a través de los medios de comunicación institucionales.	-Debe ser permanente, se requiere estar siempre informados de la licenciatura más cuando hay actualizaciones.

PARADIGMAS DE LA PROBLEMÁTICA

Eje temático - Pregunta	Informante 1 Mtr. Ángel Valdivieso Cervantes Presidente de la Academia de Comunicación	Informante 2 Lic. Javier Tolentino Suplente de Fortalecimiento Académico
7.- ¿Por qué considera que los alumnos de nivel medio superior no tienen información de la licenciatura?	-Porque no leen. -Porque no se informan. -Aunque no solo es problema de ellos, la poca publicidad que tiene la licenciatura es a través de su canal en TV Ujat, pero tendría mayor alcance a través de redes sociales.	-Hay un problema institucional tanto de la universidad como de las instituciones de nivel medio superior. -No hay estrategias comunicativas. -Los cursos de inducción no cumplen con el objetivo. -La educación media superior se confía de las ferias profesiográficas.
8.- ¿Qué problema atrae la desinformación?	-No hay novedad en la licenciatura. -Existe un autoaprendizaje, los	-Percepciones forasteras de la licenciatura. -Menos interés de los jóvenes por

	jóvenes se informan por cuenta propia y en muchos casos obteniendo información o comentarios erróneos.	la licenciatura.
9.- ¿Cómo podría subsanarse este factor?	-Llevar a la universidad a los jóvenes de nivel medio superior no hay más, para conocer tanto las instalaciones como el personal.	-Hacer una re conceptualización de los cursos de inducción. -Investigar sobre la vida e intereses de los jóvenes de nivel medio superior. Es decir, hacer un análisis. -Crear diseños curriculares como el de otros países. -Implementar actividades que involucren a los jóvenes desde ese nivel educativo con la universidad.

Análisis de resultados de las entrevistas:

Paradigmas teóricos

Los jóvenes de nivel medio superior, aunque se lea sorprendente hay quienes eligen que carrera estudiar de acuerdo con el contexto familiar en el que se han desarrollado, aunque hay quienes lo hacen por sus habilidades e intereses.

Al ser analizados los factores mediáticos y sociales que influyen en la toma de decisión de los jóvenes bachilleres las respuestas de los informantes hasta cierto punto no coincidieron debido a que uno considera que la mercadotecnia que se hace de la licenciatura es fundamental para la persuasión de los jóvenes el otro dijo que la actualidad ya no lo es debido a que los jóvenes ya no ven televisión, son seres más independientes capaces de tomar decisiones propias.

Con el objetivo de presentar a la sociedad conocimientos que ayuden a los jóvenes a reconocer la licenciatura en comunicación, como institución presenta; Programa institucional, el abanico de oferta de materias, presenta el nombre de los profesores y algunos datos de su trayectoria, la plantilla académica y el plan de estudio.

Paradigmas prácticos

Si bien la UJAT se esfuerza en crear estrategias para la difusión de la licenciatura como; ferias profesiográficas, campañas publicitarias y talleres institucionales, aun no son suficientes para que los alumnos se interesen en cursar la licenciatura, mayormente estas estrategias las emplean por medio de la programación que se transmite a través de TV UJAT y carece su presentación a través de redes sociales donde seguramente tendrían un mejor alcance.

De manera interna el departamento de fortalecimiento académico ayuda a la formación de los profesores, con el objetivo de prepararlos de la mejor manera y la calidad educativa cada vez más suba de nivel por medio de la actualización de la licenciatura.

Dicha difusión no tiene un periodo establecido debido a la facilidad de ciclos escolares que hay en la institución. Se encuentra de manera permanente para los interesados.

Paradigmas de la problemática

Uno de los factores principales para que los alumnos no tengan conocimientos certeros acerca de la licenciatura en Comunicación se debe a su desinterés por mantenerse informados principalmente. Por su parte las preparatorias no conceden talleres que sirvan de orientadores para los estudiantes, consideran suficientes las ferias profesiograficas.

Por su parte la UJAT, carece de estrategias comunicativas para presentar a los jóvenes cualquier licenciatura, realmente la información que se encuentra en las redes o medios de la universidad es insuficiente.

Las principales consecuencias de la desinformación sobre la licenciatura en comunicación, el sin fin de percepciones forasteras por parte de los estudiantes. Desconocen en su totalidad el verdadero objetivo que tiene y toda la gama de conocimientos que la conforman.

Para poder subsanar esta problemática a nivel institucional es conveniente organizar actividades que involucren a los jóvenes de nivel medio superior con la universidad directamente, así como también crear diseños curriculares como el de otros países, cuyo objetivo se basa en los intereses de los estudiantes como elementos principales de las instituciones, ¿y por qué no?, generar archivos personales de los estudiantes, es decir, conocer sus interés, trayectoria escolar y conocimientos específicos acerca de su vida personal.

Universidad Juárez Autónoma de Tabasco.

CAPITULO V

Conclusiones y propuestas

5.1 Conclusión

La percepción es un proceso de forma individual que los seres humanos realizan, para recibir, interpretar y comprender los conocimientos que vienen desde el mundo exterior que los rodea codificándolos a partir de la actividad sensitiva. Estas nociones adquiridas dentro del proceso pueden ser negativas o positivas debido a la cantidad de información que se tenga del elemento (social, cultural, político, económico etc).

El nivel de acercamiento que tengan hacia la realidad del elemento será determinado por el nivel de experiencia de los sujetos, mismos que se desarrollan e interactúan en un entorno que les permite obtener un alto grado de intelecto, conocen de todo un poco y resulta enriquecedor para su formación.

En relación con la teoría de la acción razonada como elemento que le da sustento a esta investigación se considera que hay niveles de información e interpretación de la información que se tiene. La simulación está condicionada al grado de atención que se preste por ello la información fluye en el consciente o subconsciente de una persona.

Es decir, la teoría de la acción razonada tiene puntos específicos que delimitan niveles de profundidad a los que pueden llegar las decisiones de los jóvenes. Los seres humanos por naturaleza son seres racionales, lo que les permite poner en práctica su conocimiento adquirido mediante tu experiencia y relación con el sector social en el que este interactúa cotidianamente.

En este caso, con la intención de conocer cuáles eran las percepciones que tenían los jóvenes de nivel medio superior del plantel #1 sobre la licenciatura en comunicación especialmente de la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco se llevó a cabo esta investigación, para ello fue indispensable realizar técnicas de estudios en este caso encuestas y entrevistas que ayudaron a conocer que información tenían los estudiantes, lamentablemente se descubrió que los jóvenes no cuentan con información necesaria para el reconocimiento de la licenciatura.

En casos especiales logran reconocer en que se basa debido a que sus familiares están inmersos en ella y solo un 1% del universo estudiado, conoce el plan de estudio por lo menos, gracias a su interés por dicha profesión. Es la única estudiante que sabe lo que quiere y por eso va a estudiar comunicación.

Por ello los estudiantes tienen percepciones equivocadas acerca del que hacer de un profesional en comunicación, ya que consideran que sólo desarrolla sus habilidades en los medios de comunicación, aunque hay quienes deciden no estudiar esa carrera debido a lo mal pagada que se encuentra.

Con dicha estrategia implementada se pudo identificar que en la actualidad los factores sociales no determinan en la mayoría de los casos que deben estudiar los jóvenes es un porcentaje mínimo el que si tiene influencias familiares, aunque intervienen factores económicos a su vez, ya que las instituciones en algunos casos son elegidas por la cercanía que hay entre su lugar de residencia y dicho establecimiento, por eso al elegir una carrera lo hacen por comodidad.

Al ser cuestionados a cerca de las cómo perciben la comunicación como actividad profesional o de manera más entendible donde se desempeña un licenciado en comunicación se pudo comprender que los preparatorianos tiene una percepción errónea ya que consideran que solo pueden trabajar en los medios de comunicación ya sean impresos o digitales, otros piensan que suelen ser YouTubers y una minoría acertó que pueden poner en práctica sus conocimientos hasta en empresas. Ese fue el tercer objetivo específico que se estableció.

El desinterés de los estudiantes por la carrera recae a su vez por la situación económica y la falta de empleo que hay por lo menos en el estado tabasqueño y lo mal pagado que se encuentra. Consideran que terminaran siendo taxistas o ninis así de simple.

Como segunda técnica de recolección se implementó la entrevista al encargado de la Academia de Comunicación es decir al maestro Ángel Valdivieso Cervantes y al suplente del área de Fortalecimiento académico, Javier Tolentino. Por medio de esta técnica se obtuvieron datos precisos que no se habían podido identificar en las encuestas.

Aunque forman parte de la misma institución sus puntos de vistas en un mismo contexto varían, al ser cuestionados a cerca de aquellos factores mediáticos y sociales que influyen en la toma de decisiones de los jóvenes, el maestro Ángel Valdivieso sostuvo que son los padres de familias quienes intervienen desde muchos años atrás, aunque en ocasiones es de acuerdo a sus intereses. La mercadotecnia es una estrategia elemental durante este proceso.

Por su parte el licenciado Javier Tolentino considera que la generación actual son jóvenes totalmente independientes, que no necesitan del consejo de sus padres para elegir su futuro.

por ello eligen de acuerdo a sus habilidades e intereses sin embargo hay quienes lo hacen por la comodidad en cuestiones de distancia de la institución, por esta razón los factores mediáticos ya no influyen.

Como parte de las estrategias implementadas por la institución para la difusión no solo de la Licenciatura en Comunicación si no todas sus carreras es indispensable que presenten ante la sociedad el abanico de materia que las conforman respectivamente, el plan de estudios y la plantilla académica con los nombres y datos de la trayectoria de los maestros que la conforman.

La UJAT en especial la División Académica de Educación y Artes se ha interesado en llevar a los jóvenes la licenciatura hasta sus instituciones académicas a través de las ferias profesiograficas para que cuenten con un mayor reconocimiento de la misma, aunque esta actividad resulta insuficiente.

Son pocas las campañas publicitarias que se encuentran en los medios digitales, si las hay su tiempo de publicación no es suficiente y las llevan a cabo solo en un medio, en este caso es el canal propio de la universidad (TV UJAT) y la audiencia que sintoniza esta programación es muy baja.

Es aquí donde la hipótesis que se estableció al inicio de la investigación la cual establece que; “La desinformación sobre el campo profesional de lo que se hace como licenciado en comunicación, está provocando el desinterés de parte de los estudiantes del nivel medio superior por la licenciatura”, se comprueba.

Los jóvenes de nivel medio superior no cuentan con la información necesaria para contrarrestar las percepciones negativas que tienen en este caso sobre la Licenciatura en Comunicación. Este problema radica desde el nivel institución debido a que no han implementado vínculos y alternativas adecuadas para su reconocimiento social.

Para concluir con este apartado, cabe mencionar que como todo proceso esta investigación se enfrentó a una barrera, desde el análisis y preparación de la misma se tenían establecidas 3 entrevistas en diferentes áreas. En el caso del departamento de “Vinculación de DAEA” presidido por el licenciado Roberto Montes de Oca, no fue posible la entrevista.

Debido a su inasistencia, en varias ocasiones al ser buscado en su oficina no se encontraba en sus horarios laborales, se entendía en ese momento se encontraba en otra área por ello se

procedía a buscarlo en el recinto universitario pero no fue posible encontrarlo en otras ocasiones simplemente no llegaba.

Al ser un sujeto elemental para la investigación se procedió a contactarlo a través de Facebook claro se es consciente que no fue la mejor alternativa porque es considerada de manera informal pero de alguna u otra manera se tenía que conseguir la entrevista, pero lamentablemente no fue así.

Desde este hecho se ve en la necesidad la comunidad estudiantil de solicitar personal altamente capacitado e interesado en el bienestar de los alumnos, porque somos el alma de la universidad, sin alumnos no hay universidades. Y mucho menos interés por parte de las nuevas generaciones por desempeñarse en la institución.

5.2 Propuestas

- Creación de actividades que involucren a los estudiantes de nivel medio superior tanto de escuelas públicas como privadas, desde los primeros semestres.
- Implementación de campañas publicitarias en todos los medios de comunicación del estado (Tabasco) y a través de las redes sociales y pagina web institucional con información específica y relevante de cada licenciatura de manera continua.
- Crear un área de difusión en cada división altamente capacitado e interesados en conocer los intereses de los jóvenes.
- La imagen corporativa de la universidad da mucho de qué hablar, por ello es indispensable la formación de su equipo de trabajo, en especial en el buen trato que deben concederle a la comunidad tanto estudiantil como personas externas.
- Facilitar las conversaciones y relaciones entre los jóvenes bachilleres y personal académico de la institución.

Universidad Juárez Autónoma de Tabasco.

CAPITULO VI
Nexos

6.1 Matriz de investigación

Fundamentos Teóricos	Objetivos	Técnicas de recolección	Variables observables
- La investigación se basa en una metodología mixta, es decir la combinación del método cualitativo y cuantitativo. - Será con una temporalidad transversal. - Estará delimitada a un propósito exploratorio no experimental. - El análisis se fundamenta con la "Teoría de la acción razonada".	Objetivo general: Identificar las percepciones de los jóvenes de 5to y 6to semestre de nivel bachillerato en relación a la licenciatura en comunicación. Objetivos específicos: *Conocer qué información tienen los jóvenes del plantel 1 acerca de la licenciatura en comunicación de la UJAT. *Identificar qué fuentes de información influyen en la percepción de los jóvenes de Bachillerato acerca de la licenciatura en Comunicación. *Determinar cómo perciben la comunicación como actividad profesional los jóvenes de bachilleres de Tabasco.	- Encuesta. - Entrevista.	- Opinión pública. - Fuentes de información. - Expectativas profesionales. - Percepción social.

Ilustración 1Matriz de Investigación

6.2 Formato de encuesta



Universidad Juárez Autónoma de Tabasco

División Académica de Educación y Artes

Vespertino



Objetivo: Esta encuesta será aplicada con la intención de conocer la percepción de estudiantes de nivel medio superior hacia la licenciatura en Comunicación.

Instrucciones: Lee con atención y responde lo que a tu criterio corresponda.

Sexo: _____

1.- ¿Qué requisitos crees deben cumplir los estudiantes de comunicación?

- a) Creatividad b) Habilidad de pensamiento lógico, analítico y crítico c) Tener un proyecto de vida
d) Facilidad para establecer comunicación oral y escrito e) Otros _____

2.- En qué trabajan los licenciados en comunicación:

- a) Periodistas b) Youtubers c) Conductores de televisión d) Empresas e) Política
f) Otros: _____

3. ¿Qué piensas de la licenciatura en comunicación?

- a) Fácil b) Compleja b) Aburrida c) Emocionante d) Otro: _____

4.- ¿Conoces el plan de estudio de la licenciatura en comunicación?

- a) Si b) No

5.- En caso de que tu respuesta anterior sea positiva; ¿Cómo lo conoces?

- a) Familiar b) Amigos c) Internet d) Desde la escuela e) Medios de comunicación

6. Profesionalmente, ¿Crees que hay futuro para la licenciatura en comunicación?

- a) Si b) No ¿Porque? _____

7. ¿Cómo decidiste qué licenciatura estudiar al terminar la educación media superior?

- a) Por influencia de mi familia b) Por intereses personales c) Por lo que los maestros me dicen
d) Por seguir a mis amigos e) Por un test de orientación vocacional f) Porque la universidad me queda cerca g) Otro: _____

8.- ¿Qué sabes o qué información tienes sobre la licenciatura en Comunicación de la UJAT?

6.3 Formato de entrevista

Paradigmas teóricos

- 1.- ¿Cómo se decide una carrera profesional?
- 2.- ¿Qué factores mediáticos o sociales podrían influir en la decisión?
- 3.- ¿Qué tipo de información se requiera para difundir la licenciatura?

Paradigmas prácticos

- 4.- ¿Cómo se difunde la carrera en Comunicación?
- 5.- ¿Qué estrategias se ha implementado desde esta área?
- 6.- Cual es la periodicidad de difusión de la licenciatura?

Paradigmas de la problemática

- 7.- ¿Por qué considera que los alumnos de nivel medio superior no tienen información de la licenciatura?
- 8.- Respecto a la pregunta anterior, ¿Qué problemas atrae?
- 9.- ¿Cómo se podría subsanar ese problema?

Referencias:

Trabajos citados

Toma de decisiones. (2018). Emagister.

ANIUES. (2000). *Licenciaturas con mayor demanda*. Mexico: ANUIES.

Barrera, J. L. (2003). *Influencia de los padres en la eleccion de carrera desde la perspectiva del estudiante universitario*. Monterrey, Nuevo Leon: UANL.

Barrera, J. L. (2003). *Influencia de los padres en la eleccion de carrerra desde la perspectiva del estudiante universitario* . Monterrey, Nuevo Leon : UANL.

Barrera, L. (2003). *Influencia de los padres en la eleccion de carrera desde la perspectiva del estudiante universitario* . Monterrey, Nuevo Leon: UANL.

Benavent, J. A., Bayarri, F., García, J., Ramírez, L. I., & Vivo. (2009). *METODE.Bach1: Método para la toma de decisiones académicas y profesionales en el*. Madrid, España: Asociación Española de Orientación y Psicopedagogía.

BF, D. (2012). Presion Social. *Revista Verdadera Seduccion* .

Cardona, N. M. (2011). ¿Formar comunicadores o comunicologos? *Revista Mexicana de Comunicación* , 2.

Celestino, M. A. (2008). Motivación y elección de carrera. *Revista Mexicana de Orientación Educativa*.

DAEA, D. A. (2018). *Guia Basica del Plan de Estudios de la Licenciatura en Comunicación*. Villahermosa: UJAT.

Facheli, P. L.-R. (2019). *Metodologia de la investigacion social cuantitativa*. España: Universidad Autonoma de Barcelona.

Fuente, M. d. (2016). *FACTORES QUE INFLUYEN EN LA ELECCIÓN DE LA CARRERA DE MAGISTERIO. ANÁLISIS DE LAS EXPECTATIVAS VOCACIONALES DE LOS ASPIRANTES A MAESTRO*. . Malaga: Universidad de Malaga.

Galilea, V. (2018). *Orientacion Vocacional* .

Gutierrez, M. O. (2011). *Escenarios culturales de los jóvenes y participación ciudadana*. Baja California.

Harris, M. (1998). *Introduccion a la antropologia*. Madrid: Alianza.

Hernandez, M. E. (2004). *La formacion universitaria de periodistas en Mexico*. Guadalajara: DECS.

Larson, J. H. (1194). *Los efectos del género en los problemas de decisión profesional en adultos jóvenes*.

Laura Díaz-Bravo, U. T.-G.-H. (2013). *La entrevista, recurso flexible y dinámico*. Mexico.

- Lorena Bonilla, L. L. (2015). *EL IMPACTO DE LA ORIENTACIÓN VOCACIONAL EN LOS ESTUDIANTES DE 5TO Y 6TO SEMESTRE DEL CECYTE 02 DE XICOHTZINCON*. Xicohtzinco, Tlaxcala.
- Madariaga, J. M., Huguet, A., & Lapresta, C. (2013). *ACTITUD, PRESIÓN SOCIAL Y EDUCACIÓN INCLUSIVA EN AULAS CON DIVERSIDAD*. Madrid : Educación XX1.
- Montero, D. (2018). La influencia de los padres en la elección vocacional de sus hijos. *Hacer familia*.
- Neisser, G. (1997). Concepciones cognitivas del ser humano. *Revista Internacional de Filosofía*, 113.
- Olayarria, C. S. (2012). *La práctica profesional del comunicador de la Universidad del Altiplano. Un panorama de su trayectoria*. Tlaxcala: Universidad del altiplano.
- Olayarria, C. S. (2012). *La práctica profesional del comunicador de la Universidad del Altiplano. Un panorama de su trayectoria*. Mexico: Perfiles educativos.
- Rodriguez, L. R. (2007). *La teoría de la acción razonada: Implicaciones para el estudio de las actitudes*. Durango, Mexico: Universidad Pedagógica de Durango.
- Rueda, I., Fernández, A., & Herrero, Á. (2013). *Aplicación de la teoría de la acción razonada al ámbito emprendedor en un contexto universitario*. Madrid, España: Asociación Española de Ciencia Regional.
- Salazar, M. (2011). *Motivación para Estudiar en Jóvenes de Nivel Medio Superior*. Leon, Guanajuato: Universidad Privada de Leon Guanajuato.
- Sampieri Henandez, F. C. (2003). *Metodología de la Investigación*. Mexico: Mc Graw Gill.
- Sampieri Hernandez, C. F. (2014). *Metodología de la investigación*. Mexico: Mc Graw Hill.
- Sepulveda, M. S. (2011). *Procesos de investigación, formación y profesiones en comunicación*. Colombia: Pontificia Universidad Javeriana.
- Stefania, D. (1993). *Teoría de la acción razonada: Una propuesta de evaluación cuali-cuantitativa de las creencias acerca de la institucionalización geriátrica*. Bogotá, Colombia: Fundación Universitaria Konrad Lorenz.
- Tendencia21. (2017). Las decisiones de los demás influyen en las nuestras. *Tendencia21*.
- UJAT. (2004). *Primer informe de actividades*. Villahermosa: UJAT.
- UJAT. (17 de 05 de 2018). *Plan de Estudios*. Obtenido de www.ujat.mx
- Vidal, J. (2012). *Teoría de la decisión: proceso de interacciones u organizaciones como sistemas de decisiones*. Brasil.
- Perez, R. (26 de Junio 2014). Toma de decisiones y futuro profesional. [BLOG]. Recuperado de <http://www.orientacionvocacional.com/index.php/blogs/item/442-toma-de-decisiones-y-futuro-profesional>

PMI. (2018). Código de Ética y Conducta Profesional. [BLOG]. Recuperado de https://www.pmi.org/-/media/pmi/documents/public/pdf/ethics/pmi-code-of-ethics.pdf?sc_lang_temp=es-ES

Universidad de la República. (2018). ¿Qué son los comportamientos profesionales?. [BLOG]. Recuperado de <http://www.observatorioprofesional.fmed.edu.uy/node/5>

Toma de decisiones. (2018). Emagister.

ANIUES. (2000). *Licenciaturas con mayor demanda*. Mexico: ANUIES.

Barrera, J. L. (2003). *Influencia de los padres en la elección de carrera desde la perspectiva del estudiante universitario*. Monterrey, Nuevo Leon: UANL.

Barrera, J. L. (2003). *Influencia de los padres en la elección de carrera desde la perspectiva del estudiante universitario*. Monterrey, Nuevo Leon : UANL.

Barrera, L. (2003). *Influencia de los padres en la elección de carrera desde la perspectiva del estudiante universitario*. Monterrey, Nuevo Leon: UANL.

Benavent, J. A., Bayarri, F., García, J., Ramírez, L. I., & Vivo. (2009). *METODE.Bach1: Método para la toma de decisiones académicas y profesionales en el*. Madrid, España: Asociación Española de Orientación y Psicopedagogía.

BF, D. (2012). Presión Social. *Revista Verdadera Seducción*.

Cardona, N. M. (2011). ¿Formar comunicadores o comunicólogos? *Revista Mexicana de Comunicación*, 2.

Celestino, M. A. (2008). Motivación y elección de carrera. *Revista Mexicana de Orientación Educativa*.

DAEA, D. A. (2018). *Guía Básica del Plan de Estudios de la Licenciatura en Comunicación*. Villahermosa: UJAT.

Facheli, P. L.-R. (2019). *Metodología de la investigación social cuantitativa*. España: Universidad Autónoma de Barcelona.

Fuente, M. d. (2016). *FACTORES QUE INFLUYEN EN LA ELECCIÓN DE LA CARRERA DE MAGISTERIO. ANÁLISIS DE LAS EXPECTATIVAS VOCACIONALES DE LOS ASPIRANTES A MAESTRO*. Malaga: Universidad de Malaga.

Galilea, V. (2018). *Orientación Vocacional*.

Gutierrez, M. O. (2011). *Escenarios culturales de los jóvenes y participación ciudadana*. Baja California.

Harris, M. (1998). *Introducción a la antropología*. Madrid: Alianza.

Hernandez, M. E. (2004). *La formación universitaria de periodistas en México*. Guadalajara: DECS.

Larson, J. H. (1994). *Los efectos del género en los problemas de decisión profesional en adultos jóvenes*.

- Laura Díaz-Bravo, U. T.-G.-H. (2013). *La entrevista, recurso flexible y dinámico*. Mexico.
- Lorena Bonilla, L. L. (2015). *EL IMPACTO DE LA ORIENTACIÓN VOCACIONAL EN LOS ESTUDIANTES DE 5TO Y 6TO SEMESTRE DEL CECYTE 02 DE XICOHTZINCON*. Xicohtzinco, Tlaxcala.
- Madariaga, J. M., Huguet, A., & Lapresta, C. (2013). *ACTITUD, PRESIÓN SOCIAL Y EDUCACIÓN INCLUSIVA EN AULAS CON DIVERSIDAD*. Madrid : Educación XX1.
- Montero, D. (2018). La influencia de los padres en la elección vocacional de sus hijos. *Hacerfamilia*.
- Neisser, G. (1997). Concepciones cognitivas del ser humano. *Revista Internacional de Filosofía*, 113.
- Olayarria, C. S. (2012). *La práctica profesional del comunicador de la Universidad del Altiplano. Un panorama de su trayectoria*. Tlaxcala: Universidad del altiplano.
- Olayarria, C. S. (2012). *La práctica profesional del comunicador de la Universidad del Altiplano. Un panorama de su trayectoria*. Mexico: Perfiles educativos.
- Rodriguez, L. R. (2007). *La teoria de la accion razonada: Implicaciones para el estudio de ñas actitudes*. Durango, Mexico: Universidad Pedagogica de Durango.
- Rueda, I., Fernández, A., & Herrero, Á. (2013). *Aplicación de la teoría de la acción razonada al ámbito emprendedor en un contexto universitario*. Madrid, España: Asociación Española de Ciencia Regional.
- Salazar, M. (2011). *Motivacion para Estudiar en Jovenes de Nivel Medio Superior*. Leon, Guanajuato: Universidad Privada de Leon Guanajuto.
- Sampieri Henandez, F. C. (2003). *Metodologia de la Investigacion* . Mexico: Mc Graw Gill.
- Sampieri Hernandez, C. F. (2014). *Metodologia de la investigacion* . Mexico: Mc Graw Hill.
- Sepulveda, M. S. (2011). *Procesos de investigación, formación y profesiones en comunicación*. Colombia: Pontificia Universidad Javeriana.
- Stefania, D. (1993). *Teoria de la accion razonada: Una propuesta de evaluacion cuali-cuantitativa de las creencias acerca de la institucionalizacion geriatrica*. Bogota, Colombia: Fundación Universitaria Konrad Lorenz.
- Tendencia21. (2017). Las decisiones de los demás influyen en las nuestras. *Tendencia21*.
- UJAT. (2004). *Primer informe de actividades*. Villahermosa: UJAT.
- UJAT. (17 de 05 de 2018). *Plan deEstudios*. Obtenido de www.ujat.mx
- Vidal, J. (2012). *Teoría de la decisión: proceso de interacciones u organizaciones como sistemas de decisiones*. Brasil.