



ANÁLISIS DE LOS SIGNIFICADOS EN LA ELECCIÓN DE CARRERA EN ESTUDIANTES DE NUEVO INGRESO A CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Diego López Dórame
Universidad de Sonora

Emilia Castillo Ochoa
Universidad de Sonora

Área temática: 9. Sujetos de la educación.

Línea temática: 7. Experiencias y sentidos que elaboran los sujetos de la educación sobre sus procesos formativos.

Tipo de ponencia: Reportes finales de investigación.

Resumen:

El estudio tiene la finalidad de describir cuáles son las razones que llevaron al estudiante universitario a elegir la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación (LCC), partiendo del perfil de ingreso real. Esto visto desde una perspectiva interdisciplinar, con el fin de utilizar distintos aportes disciplinares para su abordaje y análisis. Dentro de la metodología, se consideraron como sujetos de estudio a 163 estudiantes inscritos en la carrera de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Sonora, utilizando un paradigma mixto, predominando el análisis cualitativo, de tipo descriptivo, utilizando la técnica de Composición para recabar información. Dentro de los principales hallazgos, los estudiantes confieren significados a optar por Comunicación principalmente por las áreas en las que pueden desempeñarse profesionalmente, la expectativa que tienen sobre la profesión, el bachillerato desde sus características particulares que incidieron para la elección, y por último, algunas competencias genéricas que consideran útil para su ejercicio. Además, el 74.6% refiere preferencia por LCC de primera opción, el 20.5% en segunda opción, y un 4.9% la prefiere como tercera opción. Por último, se proponen acciones que coadyuven a elecciones de carrera con perfiles idóneos y que permitan encontrar satisfacción en su ejercicio como estudiantes y futuros profesionales en el campo.

Palabras clave: Educación Superior, Ciencias de la Comunicación, Elección de Carrera, Estudiantes de Primer Ingreso.

Introducción

En la actualidad, Ciencias de la Comunicación sigue siendo una opción viable para miles de jóvenes en México que desean aspirar a una mejor calidad de vida, o bien, complementar su plan de vida a través de dicha profesión. Dentro de los lugares de preferencia a nivel nacional, LCC se posiciona en el lugar número siete, siendo esta dentro de las primeras diez opciones de carrera de las **más elegidas** (Gutiérrez, Carmona y Garduño, 2015). Como consecuencia, existen un aproximado de 187,000 personas que se dedican a la Comunicación en nuestro país, mientras que el promedio del salario a percibir es de \$11,120 MXN mensuales, equivalente a 630 USD o 527 EUR (OLA, 2017).

Es así como Comunicación se posiciona como una de las opciones de grado con mayor demanda en los últimos años, esto aunado a las múltiples miradas y expectativas que se tienen socialmente sobre la profesión, mismos que van desde pesimismos a las pocas probabilidades de éxito dentro del ámbito por su sobredemanda, hasta los que consideran que es un área fértil de oportunidad laboral (Rizo, 2015).

Ante los nuevos retos que presenta la comunicación para su campo de aplicación, es importante considerar la voz de los principales actores que dan cuenta de qué es lo que está sucediendo, esto al interior de las escuelas de comunicación, principalmente de sus estudiantes. Por ello, se tiene como objetivo identificar aquellos significados relacionados con sus motivos para elegir esta profesión como opción de grado para cursar.

Dentro de los estudios previos en Ciencias de la Comunicación encontramos a Rodelo (2015), quien realizó entrevistas a profundidad de alumnos de Ciencias de la Comunicación de la Universidad del Occidente, unidad Culiacán, con la finalidad de indagar sobre la identidad profesional y los valores que se manifiestan al cursar la carrera. En sus resultados, encontraron dos grupos con percepciones distintas: en el primer grupo de estudiantes que cuentan con el perfil de ingreso deseado, contando con las habilidades adecuadas para desempeñar la carrera con éxito; en el otro grupo, se identificó una falta de orientación vocacional, así como el desconocimiento del perfil de egreso del comunicador, lo que por consecuencia, permitía considerar otros ámbitos dentro de la misma licenciatura, modificando su perspectiva anterior que buscaba ser periodista.

Por otro lado, Salazar y Sepúlveda (2011) realizaron un estudio con la finalidad de conocer la percepción de los estudiantes colombianos de distintos semestres en la carrera de comunicación social y periodismo. De la muestra seleccionada, se refirió que:

- la principal motivación para estudiar dicha carrera fue por el aporte que se puede lograr en la transformación de la sociedad;
- la mayoría de los estudiantes recibieron orientación profesional a través de test, pruebas psicológicas y construcción del perfil profesional;

- al cuestionarles sobre ¿Qué es la comunicación social? Los alumnos afirmaron que es la transmisión de información a la sociedad;
- los alumnos consideran importante estudiar comunicación social para comprender los procesos y prácticas comunicativas que se dan en la sociedad.

Como conclusiones acerca de las percepciones de los estudiantes, se considera fundamental la adecuación de los planes de estudio a las exigencias del mercado laboral, ya que esto genera frustración en las nuevas generaciones de egresados, y es responsabilidad de las universidades lograr la satisfacción en sus estudiantes y evitar dichas insatisfacciones (Salazar y Sepúlveda, 2011).

En un estudio realizado en España, Ortiz (2012) tomó una muestra representativa de más de 3,200 estudiantes de nuevo ingreso a la carrera que aspiraban al pregrado de comunicación con la finalidad de identificar algunos rasgos y motivos por la elección de esta profesión. En coincidencia con algunos estudios sobre expectativa laboral, la muestra seleccionada refirió ser los medios de comunicación el ámbito donde desean desempeñarse laboralmente, a pesar de estar en “crisis” por la saturación que presentan los medios, ellos confían en su buen desempeño profesional para posicionarse en el campo laboral.

Los estudiantes manifestaron que su elección de carrera no estuvo influenciada por moda o por la motivación del prestigio social de ser comunicador en los medios, por lo que se concluye que, eligen su profesión por una relativa vocación, además que admiran a los profesionales que se desempeñan en el ámbito, así como perciben que el ejercicio profesional es dinámico y poco rutinario (Ortiz, 2012).

En el presente estudio, se parte de los siguientes cuestionamientos:

- ¿Cuáles son los significados sobre las razones que consideró el estudiante para ingresar a la licenciatura en Ciencias de la Comunicación en la Universidad de Sonora?
- ¿Qué lugar de preferencia dentro de sus opciones de carrera ocupó para los estudiantes inscritos a la LCC de la Universidad de Sonora?

Se parte del objetivo general que es describir los significados sobre las razones que orientan al alumno a ingresar a la LCC, así como el lugar de su preferencia por Ciencias de la Comunicación al momento de su ingreso.

Los supuestos se plantean tomando en cuenta la postura de Borsotti (2007), quien indica que, en el transcurso del proceso investigativo, puede sufrir modificaciones relacionadas con el objeto de estudio. El supuesto relacionado con el presente estudio es considerar que una de las razones que orientan a los estudiantes de primer ingreso de la LCC es la posibilidad de empleo en los medios de comunicación (radio, televisión o periódico, por mencionar algunos).

Desarrollo

El enfoque teórico del presente estudio implementa una perspectiva interdisciplinaria, ya que se parte del entendido que actualmente deben analizarse problemas complejos que incorporen distintos aportes. Los estudios interdisciplinarios, según Newell (2001) son considerados como el abordaje de una base desde los distintos puntos de vista disciplinares que sean pertinentes para su uso e integración de conocimiento, con el fin de brindar una comprensión completa de los fenómenos.

Desde esta perspectiva, se consideran las aportaciones principalmente de la Psicología Educativa (Ibáñez, 2007) y Social (Tinto, 2015), Educación (Estébanez, 2007), y Comunicación (Rizo, 2015), con el fin de analizar el perfil de ingreso real del estudiante en Ciencias de la Comunicación en relación a su elección de carrera profesional.

Uno de los grandes teóricos que ha aportado al estudio de perfiles y trayectorias estudiantiles, y de los más reconocidos en la literatura referente a estos temas es Vicent Tinto, mismo que ha propuesto modelos para el análisis de los factores que inciden en la deserción del estudiante de educación superior (Tinto, 1987), y que en la actualidad lo refiere como las motivaciones para persistir (Tinto, 2015). Dentro de su visión contemporánea, refiere que las instituciones poseen mecanismos para que el estudiante avance a lo largo de los planes y programas académicos, y se confiere la decisión de permanecer a este actor, en relación a variables como la motivación, auto-eficacia, la percepción del currículum, sentido de pertenencia a la institución, esto, previo a un establecimiento de metas.

Como parte de la ruta metodológica implementada, se utilizó como unidad de análisis a la totalidad de la población de estudio (Namakforoosh, 2000), contemplando a 164 estudiantes de nuevo ingreso a la licenciatura en Ciencias de la Comunicación generación 2016-2020 de la Universidad de Sonora. El trabajo empírico se llevó a cabo en la primera semana de clases en agosto de 2016.

Al alumno de nuevo ingreso en la Universidad de Sonora, para su ingreso se considera el Examen de Habilidades y Conocimientos Básicos (EXHCOBA) como una evaluación cuantitativa para medir el nivel de conocimiento adquirido hasta ese momento, mismo que se promedia con su calificación final de preparatoria. Además la institución recaba datos sociodemográficos y una encuesta de entrada para determinar datos sobre sus padres y hábitos de estudios. Dentro de los datos recabados por la universidad, se retoma únicamente el lugar de preferencia de la muestra elegida.

Para el presente estudio, se consideró pertinente recabar información cualitativa en la primera semana de clases, ya que actualmente no se cuenta con este tipo de información o instrumentos en el procedimiento institucional.

Se consideró la técnica individual de Composición, misma que puede ser aplicada de manera grupal y que es útil para obtener la mayor cantidad posible de información a través del discurso escrito. La Composición es definida por Castillo y Oliveros (2011) como una técnica cualitativa individual consiste en que el informante a

partir de una pregunta que se le entrega por escrito realice sobre el objeto de investigación una composición escrita donde posteriormente se realiza análisis de discurso estructurado desde sus experiencias y percepciones. En este caso, la composición fue “mi decisión por estudiar comunicación”, misma que tuvo por objetivo identificar la autovaloración de los elementos que podrían haber considerado para el ingreso, como orientación vocacional previa, influencia de familiares, amigos o personas significativas.

Como parte de explorar cuál fue el lugar que ocupa Ciencias de la Comunicación para su elección de carrera, se realizó un análisis de frecuencias para determinar los porcentajes en la población estudiantil. Para el análisis cualitativo, la fase de análisis inicia con la lectura a profundidad de cada composición, pasando por el proceso de lectura, interpretación y análisis haciendo uso de la técnica de saturación, con el fin de integrar cada variable-pregunta-hallazgo o categoría de análisis. Por último, se realiza la triangulación con el hallazgo empírico, las categorías teóricas y el análisis por el investigador.

A continuación, se muestran las subcategorías y hallazgos del análisis de la composición con el objetivo de indagar sobre los motivos de ingreso, así como el lugar de preferencia de la generación analizada. Dentro de los principales hallazgos, se encontraron cuatro subcategorías que serán descritas a continuación (ver tabla 1).

En primera instancia y con mayor significación, la categoría uno refiere a las **prácticas comunicativas** (Razgado y Seidy, 2011) que los alumnos consideran de suma importancia para elegir Ciencias de la Comunicación como una opción de grado a cursar. Las más referidas son fotografía, televisión, producción audiovisual, periodismo y cine.

Como segunda categoría, se encuentran aquellos hallazgos referentes a la **expectativa profesional**, donde se definen aquellas características y cualidades relacionados a cursar la licenciatura en Ciencias de la Comunicación que fueron consideradas para su elección. Como principales hallazgos se encuentra el ajuste al perfil a través de características de su personalidad, el campo laboral, lugar de preferencia, así como el carácter social de la carrera.

Como tercera categoría, se encuentran aquellos elementos referidos a la **influencia de la preparatoria**, donde se consideraron algunos elementos dentro de esta etapa en la educación media superior para optar comunicación, como la especialidad cursada, recomendación de personas e información recibida.

En la cuarta categoría resultante, se encuentran aquellos elementos que refieren a las **competencias profesionales** que los estudiantes perciben de la carrera y las habilidades que ellos consideran facilitará su trayectoria académica para cursar el plan de estudios como hablar en público, escribir, comunicar y realizar ediciones.

En relación a los objetivos planteados, se considera también el lugar de preferencia, se puede observar que son tres cuartos de la población los que eligieron LCC como primera opción, siendo la suma de la segunda y tercera opción un cuarto del total de estudiantes de la generación (ver gráfica 1).

Conclusiones

En relación con los supuestos planteados, se estableció que uno de los motivos que los alumnos consideran para ingresar a estudiar LCC son los medios de comunicación como una posibilidad para ejercer y fuente de empleabilidad, encontrando dentro de los significados de la población estudiantil que, efectivamente, buscan como premisa estudiar esta opción de carrera con la motivación de conocer y poder implementar sus competencias profesionales dentro de los medios relacionados principalmente con la radio, televisión, la prensa y otras formas de expresión audiovisuales relacionadas con las tecnologías de la información y comunicación a través del uso de redes sociales.

Como principales conclusiones, los estudiantes exponen a través de sus significados los motivos por los cuales eligieron esta opción de grado, así como aquellos elementos que influyeron para su elección de carrera. A partir de la metodología cualitativa interpretativa denominada composición se encuentran cuatro categorías como ejes rectores que son la base de la decisión de su elección.

La primera categoría hace alusión al tipo de asignaturas y contenidos relacionados con medios y lenguajes de la comunicación, refiriendo a aquellas competencias profesionales a desarrollar, principalmente a áreas de desempeño profesional, asociado a medios de comunicación, fotografía, video, periodismo y cine. Lo anterior se corresponde con un estudio realizado por Alarcón, López y Piña (2017), quienes refieren que, dentro de un grupo de estudiantes con alto rendimiento académico, destacan aquellos que tomaron su decisión vocacional por el gusto acerca de los saberes disciplinares, o bien, los productos generados a través de la práctica profesional. Esta primera categoría se cumple con los supuestos establecidos al inicio que es el ejercicio de la profesión en medios como práctica comunicativa.

En segunda mención, está lo relacionado con perfil real del estudiante y perfil de ingreso del plan de estudios de la licenciatura en Ciencias de la Comunicación. Las y los estudiantes hacen referencia a que existe un ajuste entre el perfil real que es su percepción como estudiantes de egresados de media superior (lo que ellos perciben como personalidad) y el perfil de ingreso deseado del plan curricular. Además, refieren a cualidades sociales que poseen para desempeñarse en la carrera, así como la finalidad de lograr un cambio social a través de la transmisión de información veraz y oportuna, libre de sesgo.

Caracterizan como elementos del perfil requerido para estudiar Ciencias de la Comunicación el tener habilidades de comunicación oral y escrita. Un factor que influye en la decisión es estudiar comunicación es la creencia de que esta disciplina y profesión tiene un campo laboral prometedor, mismo que se corresponde con lo dicho por Ortiz (2012).

En tercera mención, se encuentran aquellos elementos que en la etapa de educación media superior tomaron relevancia como un factor importante a considerar para elegir comunicación, como la información recibida sobre la carrera, la influencia de los padres de familia, amigos, profesores de preparatoria, y otros actores educativos.

En cuarta mención, los conocimientos previos que son parte de su andamiaje cognitivo y condición de educatividad (Estébanez, 2007), en la medida que su experiencia en bachillerato fue la elección de un área de especialidad relacionada con las ciencias sociales o la comunicación.

Otras de las menciones relevantes es la vinculación del perfil de egreso, en especial, como una profesión que permite la vinculación con diferentes sectores sociales poniendo en práctica las competencias con conocimientos teóricos, metodológicos, prácticos, técnicos y analíticos para la identificación, diagnóstico, planeación, producción, intervención y evaluación de problemas de la comunicación en diferentes contextos sociales (UNISON, 2017). Lo anterior se corresponde con lo dicho por Ibáñez (2007) quien refiere que el propósito principal de la educación superior es la formación de individuos competentes acorde al perfil profesional requerido.

Otro de los hallazgos de elección de carrera que no se puede omitir dentro de la estructura académica administrativa de la Universidad de Sonora, son aquellos alumnos que nos eligen como segunda opción, que de nuestros informantes, 25 de 163 hacen mención que la decisión de estudiar Comunicación se la plantearon en su plan de vida y elección de carrera como segunda opción, y en el caso del apartado cuantitativo, se encontró que es el 21% de la generación quien eligió en segunda opción, y el 5% en tercera opción. Se tienen dos tipos de estudiante bajo esta categoría, los que no fueron admitidos en la primera opción elegida y aquellos que por diversos motivos no pudieron inscribirse en una institución o en una carrera afín, por ejemplo: cinematografía, diseño, producción audiovisual, artes.

Lo anterior relacionado con el planteamiento de Tinto (2015) en cuanto al establecimiento de metas, las cuales pueden variar en carácter, ya que eligen la institución con la finalidad de prepararse para transferirse a otra institución, y así poder finalizar el grado que desean.

Es de suma importancia realizar estudios generacionales por opciones de carrera, y particularmente en el campo de la Comunicación, en donde se observa una saturación en el mercado laboral, donde las consecuencias son el no terminar ejerciendo lo que se estudió, no haciendo uso del recurso humano formado dentro de un área profesional.

A su vez, es necesario redoblar esfuerzos en la difusión de las opciones de carrera, brindar información especializada donde los aspirantes puedan conocer los matices y las distintas vertientes que la profesión de la Comunicación puede ofrecerles. No basta con el conocimiento que se pueda obtener previo a la carrera, sino también realizar evaluaciones que permitan conocer el perfil de ingreso real, y el estudiante pueda tener una visión mucho más integral de este ajuste entre el perfil requerido con el que se posee.

Además, se debe presentar información sobre la situación laboral, e incentivar a las generaciones futuras a egresar de bachillerato a indagar sobre el panorama del mundo laboral, analizar el promedio de ingreso mensual, número de egresados y número de personas ocupando puestos de su profesión. Todo lo anterior, con el fin de evitar insatisfacciones en los perfiles formados en áreas en donde no podrán ser contratados,

e incluir en los planes y programas educativos en educación superior; materias que promuevan de manera explícita el auto-empleo y la generación de nuevas oportunidades en equipos multi e interdisciplinarios.

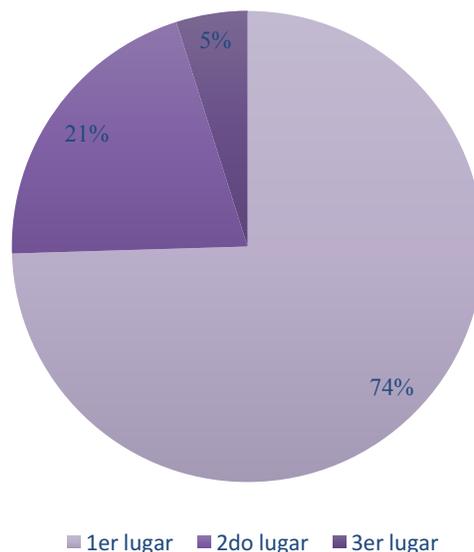
Tablas y figuras

Tabla 1: Subcategorías, hallazgos y referentes teóricos sobre Mi decisión por estudiar comunicación.

SUBCATEGORÍA	HALLAZGOS	RECORTES ALUSIVOS	REFERENTES TEÓRICOS
PRÁCTICAS COMUNICATIVAS	FOTOGRAFÍA	"SIEMPRE ME HAN GUSTADO LOS MEDIOS. HE TENIDO EXPERIENCIA EDITANDO VIDEOS SOLO POR HOBBY. ME GUSTA DISFRUTAR DE BUENAS PELÍCULAS CON EXCELENTES TEMAS E HISTORIAS".	NORZAGARAY, MAYTORENA Y MONTAÑO (2011); ESTRADA (2010); GIRÓN, MACEDA, SALAZAR, MUÑOZ Y ESCAMILLA (2014); FIGUEROA, PADILLA Y GUZMÁN (2015); (ESTÉBANEZ, 2007); ORTIZ (2012); USON (2017); SALAZAR Y SEPÚLVEDA (2011); CHAN, ORTIZ, PÉREZ, VIESCA Y TIBURCIO, (1997); (IBÁÑEZ, 2007). RIEMS (2008)
	MEDIOS DE COMUNICACIÓN		
	TELEVISIÓN		
	VÍDEO		
	PERIODISMO		
EXPECTATIVA PROFESIONAL	<p>CINE</p> <p>AJUSTE AL PERFIL-PERSONALIDAD</p> <p>CAMPO LABORAL</p> <p>SEGUNDA OPCIÓN</p> <p>CARÁCTER SOCIAL</p> <p>PLAN DE ESTUDIOS</p>	"TOMÉ LA DECISIÓN PORQUE ESTA CARRERA ES AFÍN A MIS APTITUDES Y HABILIDADES... ME ENCANTA DISEÑAR, SON COSAS QUE ME VUELVEN LOCA Y DEFINEN MI PERSONALIDAD"	
INFLUENCIA DE PREPARATORIA	<p>GUSTO POR EL EJERCICIO PROFESIONAL</p> <p>CAPACITACIÓN, SERIE O ESPECIALIDAD</p> <p>RECOMENDACIÓN DE PERSONAS</p> <p>PROMOCIÓN E INFORMACIÓN RECIBIDA</p>	"MI MAESTRO DE COMUNICACIÓN EN LA PREPA ERA MUY BUENO Y ME TRANSMITIÓ SU PASIÓN POR LA COMUNICACIÓN"	
COMPETENCIAS GENÉRICAS	<p>HABLAR EN PÚBLICO</p> <p>ESCRIBIR</p> <p>COMUNICAR</p> <p>EDICIÓN</p>	"COMUNICACIÓN ES LA BASE PARA LOGRAR TODO ESTO Y ME COMPROMETO A SALIR ADELANTE PARA ALCANZAR MIS OBJETIVOS POR EL BIENESTAR DE LA SOCIEDAD".	

Fuente: *Elaboración propia.*

Gráfica 1: Lugar de preferencia en estudiantes de Ciencias de la Comunicación de primer ingreso.



Referencias

- Alarcón, E., López, R. y Piña, J. (2017). Elección de carrera: estudiantes universitarios de alto rendimiento académico. *Memoria de Congreso Nacional de Investigación Educativa – COMIE*, llevado a cabo en San Luis Potosí, México. Recuperado de: <http://www.comie.org.mx/congreso/memoriaelectronica/v14/doc/1064.pdf>
- Borsotti, C. (2007). *Temas de metodología de la investigación en Ciencias Sociales empíricas*. Argentina: Miño y Dávila Editores.
- Castillo, E. y Oliveros, L. (2011). Competencias metodológicas desde la perspectiva cualitativa para la generación de conocimiento en comunicación y educación. En G. León, *Estudios de la comunicación. Estrategias metodológicas y competencias profesionales en comunicación* (págs. 101-110). México: PEARSON, Universidad de Sonora.
- Estébanez, P. (2007). La educabilidad. En Estébanez, *Teoría de la educación 3ª Ed* (págs. 235-247). México: Trillas.
- Gutiérrez, R., Carmona, M. y Garduño, M. (2015). La demanda de ingreso a licenciatura de la UAEM por programa educativo y la elección vocacional del estudiante de bachillerato: estudio longitudinal 2007-2012. *Revista Mexicana de Orientación Educativa*, 2-13.
- Ibáñez, C. (2007). El diseño curricular para la formación de competencias profesionales. En Ibáñez, *Metodología para la planeación de la Educación Superior* (pp. 37-62). Hermosillo, Sonora, México: Mora-Cantúa Editores.
- Namakforoosh. (2000). *Metodología de la Investigación*. México: LIMUSA.
- Newell, W. (2001). A Theory of Interdisciplinary Studies. *ISSUES IN INTEGRATIVE STUDIES*, 1-25.
- Ortiz, M. (2012). Principales señas de identidad de los estudiantes de Comunicación en el EES de la Comunidad de Madrid en 2012: expectativas, perfil de opción y relaciones mediáticas. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, Vol. 18, núm. especial noviembre, 661-670.
- Observatorio Laboral [OLA]. (17 de Septiembre de 2017). *Observatorio Laboral: Información estadística para el futuro académico y laboral en México*. Recuperado de Servicio Nacional de Empleo: <http://www.observatoriolaboral.gob.mx>
- Rizo, M. (2015). Estudiar comunicación. Una exploración de los imaginarios de los estudiantes en la Ciudad de México. *Questión. Revista Especializada en Periodismo y Comunicación.*, Vol. 1, No. 47, 230-242.
- Razgado, L. y Seidy, K. (2011). La docencia de la comunicación en México. *Revista Mexicana de Comunicación*. Recuperado de: <http://mexicanadecomunicacion.com.mx/rmc/2011/07/13/la-docencia-de-la-comunicacion-en-mexico/>
- Rodelo, J. (2015). Identidad profesional y desarrollo de valores en estudiantes de comunicación. *Memoria en XIII Congreso Nacional de Investigación Educativa*. Llevado a cabo en Chihuahua, México. Recuperado de: <http://www.comie.org.mx/congreso/memoriaelectronica/v13/doc/1226.pdf>
- Salazar, M. y Sepúlveda, R. (2011). Perspectivas y proyección profesional de la comunicación social. *Signo y pensamiento* 59, 194-209.
- Tinto, V. (1987). *Leaving college: Rethinking the causes and cures of student attrition*. Chicago: The University of Chicago Press.
- Tinto, V. (2015). Though the eyes of students. *Journal of College Student Retention: Research, Theory & Practice*, 1-16.
- Universidad de Sonora [UNISON] (2017). *Universidad de Sonora*. Obtenido el día 17 de Septiembre de 2017 recuperado de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación: http://www.uson.mx/oferta_educativa/pe/liccscomunicacion.htm