

**INCIDENCIA DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN MASIVOS EN EL ACTO
LECTOR DE LOS ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS**

**VICKY YANETH VIÑA RAMÍREZ
CC.52855630**

**UNIVERSIDAD DEL QUINDÍO
FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y BELLAS ARTES
PROGRAMA CIENCIA DE LA INFORMACIÓN Y LA DOCUMENTACIÓN,
BIBLIOTECOLOGÍA Y ARCHIVÍSTICA
QUINDIO
2011**

**INCIDENCIA DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN MASIVOS EN EL ACTO
LECTOR DE LOS ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS**

**VICKY YANETH VIÑA RAMÍREZ
CC. 52855630**

Monografía presentada para optar al título de Bibliotecóloga y Archivística

**Amparo Betancourt Gómez.
Directora**

**UNIVERSIDAD DEL QUINDÍO
FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y BELLAS ARTES
PROGRAMA CIENCIA DE LA INFORMACIÓN Y LA DOCUMENTACIÓN,
BIBLIOTECOLOGÍA Y ARCHIVÍSTICA
QUINDIO
2011**

**A Dios por la fortaleza, a mi
familia por su apoyo constante
para llevar a cabo este sueño de
ser profesional y de escalar ante
una sociedad.**

**Al Director Fernando Hernández
García a la Asesora de la
monografía Amparo Betancourt
Gómez, por su guía,
colaboración.**

CONTENIDO

	pág.
1. TITULO	6
2. RESUMEN	74
3. INTRODUCCIÓN	8
4. ANTECEDENTES TEÓRICOS	10
4.1 GENERALIDADES DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN MASIVOS	10
4.1.1 Aspectos de los medios de comunicación masivos	10
4.2 EL ACTO LECTOR EN EL ENTORNO EDUCATIVO UNIVERSITARIO	18
4.2.1 Generalidades del acto lector en el medio educativo	18
4.3 LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN MASIVOS COMO FUENTE DE DESARROLLO DEL ACTO LECTOR DE LOS ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS	25
4.3.1. Antecedentes sobre el acto lector – hábito de lectura de los estudiantes en el entorno educativo	25
4.3.2. Los medios de comunicación masivos y su influencia en el hábito de lectura en la educación	32
5. CONCLUSIONES	37
BIBLIOGRAFÍA	39

LISTA DE FIGURAS

	pág.
Figura 1. Propósitos del Actor Lector	19
Figura 2. Distribución porcentual de las personas que asistieron a bibliotecas en los últimos 12 meses según tipo de bibliotecas	32

1. TITULO

INCIDENCIA DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN MASIVOS EN EL ACTO
LECTOR DE LOS ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS

2. RESUMEN

La presente monografía: “Incidencia de los Medios de Comunicación Masivos en el Acto Lector de los Estudiantes Universitarios”, se enfoca en recolectar referentes teóricos que permitan establecer la relación entre los medios masivos de comunicación y el acto lector de los estudiantes de las universidades y para ello se llevó a cabo una recopilación de información sobre diferentes aspectos de los medios de comunicación masivos (conceptos, importancia, tipos, propósitos) en las Universidades; el acto lector en el entorno educativo universitario; y los medios de comunicación masivos como fuente de desarrollo del acto lector de los estudiantes.

Esta recopilación de información teórica y de diversos estudios sobre el tema, permitió llegar a la conclusión de que los medios de comunicación masivos se constituyen en un importante apoyo para la educación, pero junto con esas posibilidades, los nuevos instrumentos apartan a los estudiantes universitarios de otros procedimientos formativos, al tiempo que producen una riesgosa simplificación del lenguaje y una disposición a confundir la información con el conocimiento, lo cual ha incidido que se incremente el hábito de leer en los nuevos medios como la internet, pero llevó a que se disminuyera en otros como la prensa y los libros, que junto con el entretenimiento de juegos y el chateo, se ha generado una tendencia general a la disminución del acto lector.

Palabras claves.

Comunicación, masivo, estudiante, lector, internet, lectura, Universidad.

3. INTRODUCCIÓN

¡Medios de comunicación!, instrumentos que en la actualidad se han convertido para muchos en un medio para lograr sus propósitos porque de alguna forma se ha convertido en una herramienta del manejo de la información y del entorno social, por lo que definirlos se ha vuelto un tarea compleja de realizar debido a que existe cada día diferentes conceptos y significados, que tiende a confundir la verdadera esencia para lo cual fueron creados y los objetivos que se quieren alcanzar. En esa perspectiva un *“análisis del estado actual de los medios de comunicación sobre todo en esta época de globalización ilustra los nuevos desafíos que reubican el papel de los medios de comunicación dentro de una sociedad de saberes compartidos”*¹ con los cuales se busca lograr propósitos generales enfocados a mejorar la calidad de vida de una población llena de necesidades y expectativas.

Es de anotar que el impacto de los medios de comunicación de la actualidad en esta sociedad enfocada hacia el conocimiento, está *“ligado a la posibilidad de una mayor apropiación de quien los usa, ya sea como individuo o como una comunidad o grupo activo”*², es decir que existe en los estos instrumentos gran cantidad de información que puede ser aprovechada por las personas si están dispuestos a llevar a cabo un acto lector como un proceso activo que le permita obtener un mayor conocimiento sobre los diversos temas importantes para mejorar su calidad de vida y ayudar a las demás personas en suplir el sin número de necesidades existentes.

Es claro que los medios de comunicación masivos se han constituido en una fuente de información y datos, a los que muchas personas pueden acceder fácilmente y cuya importancia radica en la fuente de conocimiento que ello representan para la población y en especial en los estudiantes que requieren de estos medios para avanzar en su desarrollo y crecimiento educativo, esencial para mejorar su calidad de vida. Pero dentro de esta perspectiva surgen diversas inquietudes con respecto a su utilización y en especial en el medio educativo que utilizan estos medios masivos de comunicación (televisión, cine, radio, periódicos, revistas e internet) para obtener la información que requieren los estudiantes, para construir saberes que permitan comprender y mejorar las condiciones de la sociedad. Estas inquietudes son:

¿Qué medios de comunicación masivos utilizan con mayor frecuencia los estudiantes?

¹ AMBROSI, Alain, PEUGEOT, Valérie y PIMIENTA, Daniel. *Palabras en Juego: Enfoques Multiculturales sobre las Sociedades de la Información*. Paris. Editorial Cy F Editions. 2005., p 16

² *Ibíd.*, p 17.

¿Cómo y para que utilizan los medios de comunicación los estudiantes?

¿Incentivan los medios de comunicación masiva a los estudiantes universitarios en el acto lector como proceso activo de obtención de información?

Por lo anterior, se define como objetivo de la monografía; establecer la incidencia de los medios de comunicación masivos en el acto lector de los estudiantes universitarios y para ello se llevará a cabo: recopilación de información sobre diferentes aspectos de los medios de comunicación masivos (conceptos, importancia, tipos, ventajas, antecedentes) aplicados en las Universidades, el acto lector en el entorno educativo universitario; los medios de comunicación masivos como fuente de desarrollo del acto lector de los estudiantes universitarios o personas (recopilación de información de estudios realizados) y por último se propone recomendaciones que permitan incentivar el acto lector.

Esta Monografía permite apoyar a las personas que requieren conocer y consultar un documento en donde pueda obtener información sobre la incidencia de los medios de comunicación masivos en el acto lector de los estudiantes universitarios, lo cual es muy interesante en la sociedad actual donde el tener el conocimiento, representa tener el poder de apoyar e influir en las diferentes actuaciones de las personas como medio para lograr la competitividad y el progreso de las organizaciones y naciones en el mundo.

4. ANTECEDENTES TEÓRICOS

En la actualidad, al retomar el tema de los medios de comunicación masivos, permite hablar por ende de la educación en la sociedad de la información en donde se está rodeado de diferentes instrumentos que permiten tener a la mano los datos que se requieran para suplir las necesidades de ampliar el conocimiento en los diversos contenidos que se requieren para mejorar la calidad de vida de las personas y la competitividad de los países.

4.1 GENERALIDADES DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN MASIVOS Y SU APLICACIÓN EN LAS UNIVERSIDADES

4.1.1 Aspectos de los medios de comunicación masivos. A través del tiempo se han venido desarrollando diversos medios de comunicación según las necesidades que han surgido por las actividades diarias que realizan las personas en sus hogares o en las actividades labores, especialmente por el comercio que han incentivando la creación de herramientas tecnológicas capaces de interconectar a las personas a miles de kilómetros y en diferentes lugares a la vez, lo que ha forjado una nueva perspectiva de la comunicación y así mismo de tener a la mano la información que desea, porque actualmente el problema no es la disposición de datos, sino de lograr encontrar lo que se requiere, más bien el problema es clasificación en el contexto de los medios.

Esto ha provocado un cambio en las tendencias de información y en la forma de utilización de los medios de comunicación especialmente los masivos como la radio, cine, televisión, revistas y el internet que se ha convertido un servicio básico para la familia, no solo en términos de negocios sino también para el hogar, para la ama de casa que encuentra todo lo que requiere para realizar sus actividades y para los hijos que necesitan del sistema global para su educación y para mantener interconectado con sus amigos.

Es preciso indicar que el término de medios de comunicación, ha surgido en época moderna como lo aprecia Raboy y Solerveicens,³ quienes indican que:

El uso moderno se apropió del término con el significado de medios de comunicación. Aunque en la actualidad consideraríamos al libro o la prensa como medios, el término tomó vigencia con el surgimiento

³ RABOY, Marc y SOLERVICENS, Marcelo art [en línea]. "El papel y lugar de los medios de comunicacion en la sociedad". Extraído de internet: <http://vecam.org/article683.html> (Recuperado abril 22 de 2011; 14. 30 hs)

de la comunicación a larga distancia a través de la tecnología -o la telecomunicación. La telegrafía fue el primer medio de comunicación verdaderamente moderno, seguido rápidamente por la telefonía, la radio, la televisión, la transmisión por cable y satélite, y por supuesto Internet. Todo este desarrollo ocurrió en los últimos 150 años, la mayor parte durante el último siglo con Internet en la última década.

Por lo tanto, la población en la medida de sus necesidades ha mejorado y diseñado nuevos medios de comunicación masiva para lograr sus objetivos personales y empresariales, y en esa medida hoy resulta inconcebible un “*mundo sin televisión, Internet, TV Cable, radio, prensa y cine, mientras que un siglo atrás, excepción hecha del público devoto de periódicos y libros, los ancestros podían vivir con mayor facilidad el prescindir de los medios masivos*”⁴ que en la actualidad para la personas no son una opción si no un requerimiento para lograr realizar diversas actividades y tareas diarias de la vida.

Pero, **¿que son los medios de comunicación masivos?**, en la actualidad hay diversos conceptos entre ellos el que indica Gollán:⁵

Los medios de comunicación son los instrumentos mediante los cuales se informa y se comunica de forma masiva; son la manera como las personas, los miembros de una sociedad o de una comunidad se enteran de lo que sucede a su alrededor a nivel económico, político, social, etc. Los medios de comunicación son la representación física de la comunicación en el mundo; es decir, son el canal mediante el cual la información se obtiene, se procesa y, finalmente, se expresa, se comunica.

Luego, los medios de comunicación masiva permiten a las personas obtener, procesar y comunicar información, esencial para el desarrollo de la sociedad en todos los campos y entre ellos el de la educación en donde las “*nuevas generaciones, moldean gustos y tendencias en públicos de todas las edades e incluso influyen en la manera como el individuo se relaciona consigo mismo, con*

4 CASTILLO BARRAGÁN, Carmen art [en línea]. “Medios masivos de comunicación y su influencia en la educación. Revista electrónica. Extraído de internet: <http://www.odiseo.com.mx/bitacora-educativa/medios-masivos-comunicacion-su-influencia-educacion/> ((Recuperado abril 25 de 2011; 15. 32 hs)

⁵ GOLLAN ZAPATA, Agustín art [en línea]. “Medios de comunicación” Extraído de internet: <https://sites.google.com/site/mediosdecomunicacioneem391/> ((Recuperado abril 25 de 2011; 15. 32 hs)

*sus semejantes y con el mundo*⁶ lo cual proporciona una visión diferente de los propósitos, importancia y beneficios que estos instrumentos traen en su aplicabilidad.

Los medios de comunicación masivos, por ende buscan alcanzar una serie de propósitos fundamentales, como son:

***Informar.** En sus orígenes, los medios de comunicación de masas estaban orientados a propinar información a las personas, sobre todo la radio y la televisión; esta idea sigue siendo así, pero se ha dado mucho más masividad a esta función, llegando a abarcar a casi la totalidad de la población y ya no sólo a los sectores urbanizados. De esta forma, las personas pueden compartir y conocer los hechos que suceden en su entorno y en el mundo, en un tiempo relativamente inmediato, sin necesidad de esperar horas o días para acceder a la información, ya que los medios masivos presentan la información, lo que está ocurriendo en un lugar determinado y que tiene relevancia o connotación de índole social.*⁷

En este propósito se ha avanzado en los últimos años, porque se la internet y las comunicaciones satelitales permiten que la actividad de informar se pueda hacer en tiempo real, es decir en muchos casos en el mismo instante de los hechos en cualquier sitio del mundo.

***Educar.** Esta función está ligada a la aparición de la imprenta, con este invento se dio impulso a la impresión de textos y libros de corte didáctico y educativo, se hizo más fácil este proceso y se masificó la lectura y obtención de ejemplares, que antes estaban destinados sólo a las clases sociales más acomodadas o cercanas al poder. Por otra parte, también existen las revistas y programas que ayudan a la educación, sobre todo – lo último - gracias al boom del internet, ampliándose el espectro de usuarios que utilizan este sistema para conseguir diferente información, complementar ideas o aportar en la web, subiendo artículos o textos para que otros puedan acceder a ellos, permitiendo una especie de red solidaria social.*⁸

⁶ CASTILLO BARRAGÁN, Carmen art [en línea]. Óp cit., p 1.

⁷ OLIVOS INOSTROZA, Marcela art [en línea]. “Medios masivos de comunicación”. Extraído de internet: www.liceobdl.cl/v.2/index.php?option=com...view...2 ((Recuperado abril 24 de 2011; 08.32 hs)

⁸ Ibíd., p 1.

Este es un propósito muy relevante hoy día, en especial porque la educación ha tomado un rumbo diferente debido a los instrumentos de comunicación masiva como el internet les permite a los estudiantes tener a disposición libros electrónicos o en línea, en donde puede realizar sus consultas y obtener el conocimiento que requiere.

Entretener. *Esta función es una de las más recurrentes en esta época, ya que la inmensa mayoría de los medios de comunicación integra en su parrilla programática o editorial este propósito. Esta función se fundamenta en que las personas no quieren sólo saber de noticias, que en estos tiempos suelen ser cargadas de malos sucesos y violencia y desean hallar un momento de relax, olvidando las presiones del día y descansado de sus labores. Es propio de la función de entretención los programas de farándula, los suplementos o revistas de los mismo, los programas de humor y misceláneos, que incluyen a los matinales, los textos que integran juegos, las películas que están en cartelera e los cines, cable, las que se arriendan o compran, los canales de deportes y de series⁹.*

Este propósito de los medios de comunicación masivos se ha convertido en el más utilizado, especialmente por el internet pues muchas personas buscan entretenimiento en juego, películas, programación en canales de televisión etc., con el cual logran espacios de esparcimiento y descanso si así lo desean.

Formar Opinión. *Esta es una función que cada medio de comunicación adopta según su línea editorial y que puede considerar posiciones políticas, religiosas, culturales o sociales, las que interpreta según sus intereses y los deseos de la dirección de cada medio. Esto implica que una noticia puede ser enfocada desde diferentes prismas, dependiendo del medio (o canal si es televisión) en que se emita la información. Por esta razón, sobre todo en televisión, se dice que lo emitido no representa – necesariamente – el pensamiento de la entidad comunicativa, aunque sí algo tiene que ver con ella, ya que cada medio adopta sus posturas y modos de ver las cosas y presentarlas a la población.¹⁰*

Con estos cuatro propósitos de los medios masivos de comunicación se puede suplir diferentes necesidades de las personas y por ello es importante en el medio

⁹ Ibíd., p 1.

¹⁰ Ibíd., p 1.

como fuente de información y conocimiento para mejorar la calidad de vida de las personas que lo utilizan.

Para algunos, los medios de comunicación son la manera más eficaz y rápida de transmitir un mensaje, para otros, son un “vehículo de manipulación social mediante el cual los diferentes poderes de la sociedad se hacen escuchar, así como también hay quienes piensan que son instrumentos gracias al cual es posible manifestar lo positivo y lo negativo de una situación o de un contexto determinados”¹¹, luego son diversas formas de visualizar su utilización por los universitarios con el cual se forman las personas en la actualidad, porque de ello depende el avance y progreso de la sociedad.

Ahora, dentro de los tipos de medios de comunicación masivos se tienen:

Televisión. Es una forma de entretenimiento a través de un sistema tecnológico, para la transmisión y recepción de imágenes, hoy en día es cotidiano y se encuentra en cualquier hogar. La televisión es el medio de comunicación más popular por estos tiempos, ya que es de los más económicos, y de fácil acceso aun para las clases sociales de menores recursos. Se busca inculcar a los jóvenes a ver televisión que brinde información que ayude al desarrollo social como programas de medio ambiente, cultura, programas científicos, documentales y programas de educación, buscando críticas acerca de lo observado y que haya una interacción acerca de la información puede contribuir a un hábito de lectura, y un acercamiento al libro.¹²

Por lo tanto, la televisión es de los medios de comunicación masivos que más utilizan las personas y las familias en sus casas y en especial los mayores consumidores son los niños y jóvenes, por lo que la información que allí se trasmite debe ser cada día enfocada a ayudar al desarrollo social mediante una programación en donde lo cultural, científico y educativo sea la base para dar a conocer diferentes datos que le proporcione a un avance en el conocimiento y desarrollo personal como medio para el progreso de la población.

¹¹ SANDOVAL, Carlos García y AL-GHASSANI, Anuar, “Inventario de los medios de comunicación en Costa Rica, Escuela de ciencias de la comunicación” Extraído de internet: <http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/ayudadetareas/periodismo/per2.htm> ((Recuperado abril 24 de 2011; 10.32 hs)

¹² CHAVARRÍA CONTRERAS, Víctor. “Medios de comunicación masivos”. Extraído de internet: <http://www.slideshare.net/jannyrivas/medios-de-comunicacin-1535550> ((Recuperado abril 27 de 2011; 11.01 hs)

Internet. Es otra forma de entretenimiento común la cual se encuentra en muchos de los hogares, y en las escuelas, universidades, a través de esta red se distribuye muchísima información, para la cual se deben generar un buen uso. Internet ha facilitado la vida y la comunicación de las personas, desde muchos puntos; acorta distancias, tiempos, y por los avances constantes en materia tecnológica, ofrece posibilidades que con otros medios son más difíciles de conseguir. Cuando se utiliza la Internet para la búsqueda de información, es importante socializarla y enseñar el buen uso de esta.¹³

El internet revoluciono al mundo, porque las personas ahora se podría decir que están en función de este medio, el cual se convertido en una necesidad de la canasta familiar, tanto para la realización de las labores cotidianas laborales, hogar, personales, educativas y en fin un sin número de usos que se está dando a este instrumentos que en la mayoría de casos es positivo, pero en otros no, lo cual perjudica a las personas cuando su utilización no es la correcta.

Prensa Escrita. El periodismo escrito alcanza, por su forma, a un menor número de personas que los otros medios de comunicación y exige mayor atención para captar el mensaje, El periódico comparte con la radio y la televisión la mediación entre el conocimiento de la realidad y los sujetos. La mayoría de los acontecimientos son conocidos por los lectores a través del periódico. La realidad es dada a conocer parcializada en noticia. Esta es la materia prima fundamental con la que trabaja la prensa periodística. El producto que elabora, el periódico, es una relación de noticias bastante extensa que se facilita diariamente gracias a todo el dispositivo técnico-organizativo del que se dispone.¹⁴

La prensa es un medio que busca informar mas no convencer, y dentro de esta directriz se ha convertido en una fuente importante de datos de los hechos que suceden en los diversos lugares de una región, país o el mundo, según sea el ámbito de información del mismo. Por lo que es un medio propicio para informar a las personas no solo de sucesos o hechos de la vida diaria sino también en temas culturales, tecnológicos etc., que permitan a los lectores obtener información relevante e importante en el desarrollo de la vida humana.

¹³ Ibid., p 1.

¹⁴ Ibid., p 1.

La Radio. Estimula la lectura debido a que el lenguaje verbal que este medio brinda obliga al individuo buscar imágenes sobre lo que escucha y es aquí donde empieza a jugar un papel importante el acto de leer, pues un libro brinda la posibilidad de escoger temas de su interés y cubrirlas necesidades que tiene buscando un crecimiento individual y de conocimiento.

*La radio se ha convertido en una gran fuente de conocimiento para nuestros niños y jóvenes por medio de las noticias, programas informativos, música en diferentes idiomas logrando así que nuestros jóvenes se interesen por otro tipo de cultura y de conocimiento, pero los padres y docentes deben buscar interacción y dialogo de los programas que escuchan para así asimilar la información.*¹⁵

Es un medio esencialmente auditivo, en la jerga audiovisual se la conoce como "audio", es muy importante y valioso elemento de información y educación, por la rapidez con que se difunde, la economía del servicio y el alcance de su emisión, representa una oportunidad para la personas de obtener conocimiento importante para su vida diaria.

Publicidad. Es un sistema de comunicación que tiene como fin persuadir de algo al receptor. También podemos decir que es una actividad propia de la Economía, pues las empresas la emplean como un medio importante para su quehacer comercial.

*Es un conjunto de técnicas y métodos que permiten la comunicación entre el anunciante que vende o presta servicios con el receptor social al que está destinado. Su finalidad es informar, persuadir e incitar a los receptores a consumir.*¹⁶

La publicidad es más una actividad que caracteriza intencionalmente el mensaje que se elabora, buscando el cambio de actitudes, rasgos cognitivos y comportamientos de los destinatarios, utilizando para ello diversos soportes tecnológicos.

Por lo tanto, la **importancia de los medios de comunicación masivos** radica en que “son un poderoso instrumento de socialización, a la par de la familia, la

¹⁵ Ibíd., p 1.

¹⁶ Ibíd., p 1.

*escuela y el trabajo, que modelan los sentimientos, las creencias, entrenan los sentidos, ayudan a formar la imaginación social*¹⁷ en síntesis, *“fomentan y facilitan ciertas construcciones mentales por donde transcurre luego el pensamiento de las personas de la sociedad”*¹⁸ lo cual es muy representativo si se logra obtener información que propulse la creación de saberes que satisfagan necesidades y expectativas en un entorno donde el hombre está expuesto a enfrentar y sobreponer las adversidades y el conocimiento se convierte en la única salida para el mejoramiento de la calidad de vida.

En este mismo contexto se tiene el periodismo universitario como un medio de comunicación que permite llegar con información relevante y en algunos casos especializada hacia la población, es realmente importante porque está influenciada de la política y ni presiones económicas, por lo que se convierte en una herramienta que incide en el desarrollo del acto lector de los universitarios porque para ello, requieren de la lectura como fuente de información para lograr plasmarla en texto escritos para avanzar como medio de comunicación. Por lo tanto, sobre el periodismo universitario se puede indicar:

Periodismo universitario. *Fomentar la publicación de periódicos y revistas universitarias, especializadas o no, posibilitaría un mejor conocimiento de los medios por parte de los estudiantes al generar éstos su propia información; los implicaría más activamente en la vida universitaria (y por ende en la vida social); y los convertiría en sujetos de su propio nociones (los medios y el mensaje). Estas publicaciones podrían contar con el asesoramiento temporal o esporádico de algunos departamentos de Ciencias de la Información. Todo ello contribuiría a hacer posible una enseñanza universitaria.*¹⁹

Es importante señalar que en Colombia el “**Periodismo universitario** si hay, pero de los pocos periódicos que existen la mayoría dependen considerablemente de presupuestos institucionales, son muy contados -casi inexistentes- los que se mantienen de una forma totalmente independiente, y menos los que son conformados exclusivamente por estudiantes; quienes de una manera casi quijotesca tratan de mantener a flote un medio que les dé la oportunidad de expresar su sentir y pensar sobre los asuntos de su universidad y del país”²⁰ y

¹⁷ ECHEVERRÍA, Gissela. *Evolución de los medios de comunicación*. Argentina: El Cid Editor apuntes 2009. p 10.

¹⁸ *Ibíd.*, p 10

¹⁹ *Ibíd.*, p 1.

²⁰ GRANADA, Andrés art [en línea]. “El periodismo universitario el quinto poder” Extraído de internet: <http://andresgranada.blogspot.com/2007/12/el-periodismo-universitario-el-quinto.html> ((Recuperado mayo 1 de 2011; 20.34 hs)

esto es muy interesante en el proceso de apoyo a los medios de comunicación que busca informar en forma independiente y autónoma hacia la comunidad.

Este periodismo universitario que se convierte en observador participante de sus entornos y contextos inmediatos es un periodismo que evidencia las necesidades de la población de las universidades y que por ende requiere de personas que estén bien documentadas e informadas a través de la lectura, que le permite plasmar conceptos acordes a lo que sucede en su entorno sin que premie presiones de ninguna índole, ni efectos económicos al respecto.

Muchas personas hacen metáforas sobre la lectura de los periodistas e indican que un *“periodista que no lee, está muerto”*²¹, por lo que la frase aunque es fuerte representa una verdad concordante con la realidad porque en este campo se hace necesario desarrollar el acto lector como capacidad para lograr realizar esta actividad que se centra en la información en función de la llevarla hacia las demás personas.

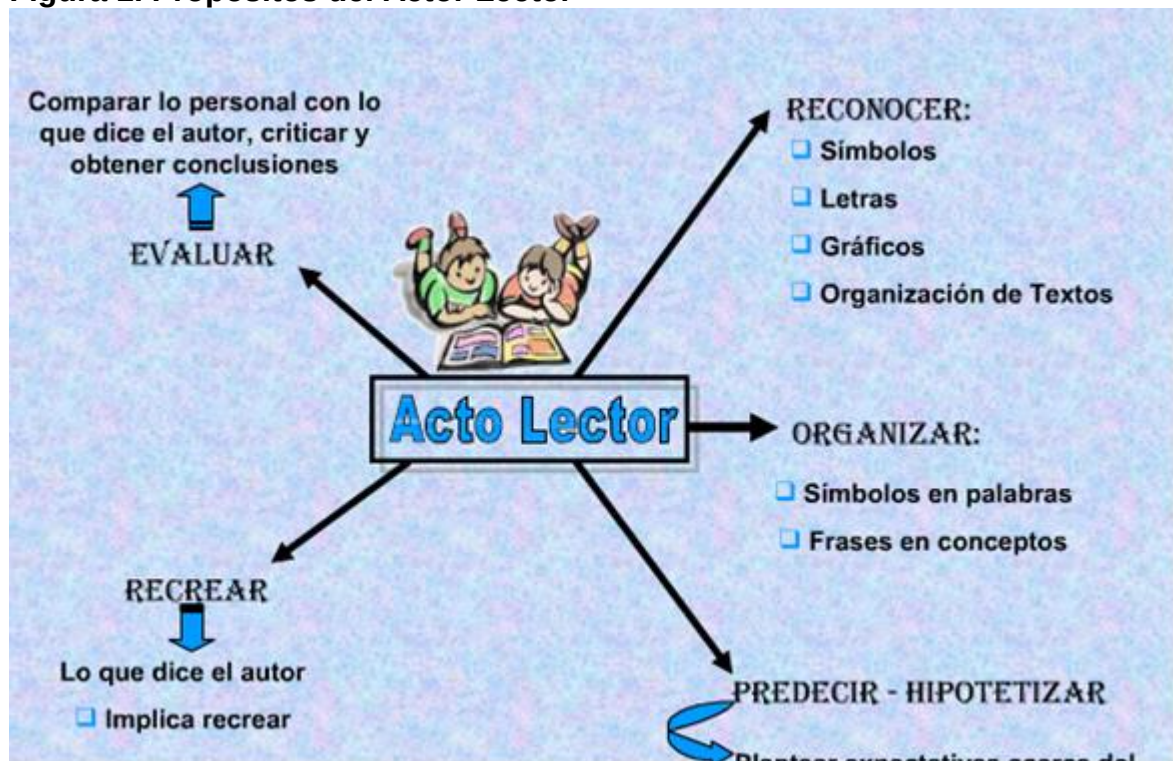
4.2 EL ACTO LECTOR EN EL ENTORNO EDUCATIVO UNIVERSITARIO

4.2.1 Generalidades del acto lector en el medio educativo. El ser humano dentro de su desarrollo personal requiere de la lectura como medio para lograr obtener el conocimiento que requiere para mejorar su capacidad laboral y en todas las actividades diarias que realizan para mejorar su calidad de vida. Por lo tanto las personas en su *“función como lector, está rodeado de un contexto, un caudal ingente de información escrita y una cultura y ellos tienen una gran significación para el ser humano”* porque del saber de las personas se puede avanzar en el progreso de la sociedad.

Para lograr entender que es el acto lector se presenta a continuación sus propósitos:

²¹ LEIVA, Milagros art [en línea]. “El periodista que no lee está muerto” Extraído de internet: <http://palabrasparaunermitano.blogspot.com/2011/04/milagros-leiva-un-periodista-que-no-lee.html> ((Recuperado mayo 2 de 2011; 10:05 hs)

Figura 1. Propósitos del Actor Lector



Fuente: Acto lector. Extraído de internet: <http://www.slideshare.net/ngonzalezmuero/compreension-lectoraacto-y-proceso-lector>

El acto lector es uno de los más relevantes para el hombre moderno, aquel en que se constituye como *“individuo que toma consciencia de sí mismo y se enfrenta al texto como proyección de su mundo interior, por ello este requiere del concurso de la luz física, pero también comporta una cierta iluminación interior, la del significado del texto y la dilucidación de su intención profunda”*²² que busca un reconocimiento importante en el medio mediante la construcción de saberes precisos para el desarrollo personal y el progreso de las personas. Por eso el acto lector cumple diferentes funciones:

Representativa.

Apelativa.

Expresiva.

²² CEREZO ARRIAZA, Manuel art [en línea]. Acto de leer.”. Extraído de internet: <http://manuel.cerezo.name/archives/000470.html> ((Recuperado abril 22 de 2011; 16.23 hs)

Cognitiva.

Metalingüística.

Instrumental.

Afectiva.

De evasión y recreación.

De socialización.

La lectura entendida como un símbolo que permite la transmisión cultural, cumple una función representativa especialmente en el contexto de la educación y por ello las *“estrategias de enseñanza para el desarrollo del acto lector, tienen como propósito facilitar la construcción de conocimiento a través de diferentes aspectos como el recurso, la actividad, el medio y la técnica”*²³, y desde luego la utilización de los medios de comunicación masiva es muy representativo y una herramienta para que el *“docente desde su perspectiva profesional, centre sus esfuerzos en canales comunicativos que posibiliten un flujo de información real y adecuada para propiciar avances significativos en el medio”*²⁴ que es el objetivo principal para informar al público en forma adecuada.

En la actualidad, la *“saturación de la información en el mundo actual hace que los estudiantes deban plantearse más el cómo aprender que el qué aprender”*²⁵ y por ello las **Universidades construir metodologías y espacios** que le permitan avanzar en ello, y por esto es importante incentivar el **desarrollo de la lectura** como medio para mejorar el desarrollo personal. Las competencias de información hacen necesario **desarrollar la lectura comprensiva**, pero para ello los estudiantes universitarios deben llevar a cabo acciones como:

Dominar las habilidades necesarias para encontrar la información, cualquiera sea el formato en que se presente.

Comprender la información encontrada.

²³ CANIHUAN, Catrileo, CEBALLOS PIMENTEL, Beatriz, Jaramillo Gualaman, Patricia. *“Estrategias de enseñanza para el desarrollo de la comprensión lectora en NB2 ,en escuelas situadas en contexto mapuche”*. Chile. Editorial: Universidad Católica de Temuco. 2009., p 44

²⁴ *Ibíd.*, p 45.

²⁵ CASTRONOVA, Adela. La lectura en la Universidad. Extraído de internet: Extraído de internet: <http://www.unne.edu.ar/institucional/documentos/lecturayescritura08/castronovo.pdf> (Recuperado abril 22 de 2011; 16.23 hs)

Evaluar, sintetizar y aplicar la información.

Mejorar la capacidad de autoconocimiento

Pensar crítica y autónomamente

Tomar decisiones sobre su propio aprendizaje.²⁶

En este sentido es interés de las Universidades incentivar la lectura en los estudiantes a través de diferentes acciones tales como:

Formación y desarrollo de la biblioteca

Realización de actividades guiadas de lectura de la bibliografía de estudio.

Enseñanza de técnicas y procedimientos que contribuyan a la comprensión lectora.²⁷

Sobre la promoción del acto lector en la Universidad, se puede decir que:

Consiste en aquellas actividades que fomentan la lectura en lugares o momentos en que no es habitual y, fundamentalmente, consiste en todas las acciones tendientes a la formación de lectores. La Universidad es, según estudios realizados, un lugar en donde se enseña a leer y escribir.

El paso del nivel medio a la universidad enfrenta al estudiante a situaciones nuevas, como actividades, formas de estudio, cantidad y tipo de bibliografía, dinámica de las clases, a las que no está habituado y para las que, en muchas ocasiones, no está preparado.

La profundización de la vida científica pasa a exigir del estudiante una postura de auto-actividad didáctica que será, sin duda, crítica y rigurosa.

²⁶ Ibíd., p 1.

²⁷ Ibíd., p 1.

Todo el conjunto de recursos que está en la base de enseñanza superior no puede anteponerse al hecho de fortalecer los instrumentos para una actividad creadora.

La actividad de estudio en la universidad depende del propio esfuerzo del estudiante y requiere de su formación como lector y escritor autónomo y crítico.

La lectura acompaña, como pocas otras actividades, la formación del estudiante universitario

*En la enseñanza universitaria, se le debe **brindar material didáctico y científico** que le sirva al estudiante de base para el estudio personal y para la complementación de los elementos adquiridos en el curso del proceso colectivo de aprendizaje en un aula²⁸*

Po lo anterior, la Universidad debe diseñar cada día nuevas metodologías de trabajo y acciones para incentivar a los estudiante a que desarrollen su acto lector que le permiten avanzar en el desarrollo personal e intelectual para mejorar la calidad de vida de la población.

Pero ¿qué es leer?, tradicionalmente, la comprensión de la lectura se ha concebido como un “conjunto de habilidades que había que enseñar, desde las simples hasta las más complejas (decodificar, encontrar la secuencia de acciones, identificar la idea principal, etc.); el dominio de estas habilidades era sinónimo de competencia lectora”²⁹ y bajo esas particularidades se han creado muchas diferencias con las que forjo una nueva concepción de la lectura, pues “antiguamente se pensaba que el sentido se encontraba en el texto y que el lector debía " buscarlo " en él ; hoy día, se concibe más bien que el lector " crea " el sentido del texto, a partir del texto mismo, de sus propios conocimientos sobre su contenido y de sus propósitos para leerlo”³⁰ que al alcanzarlos se logra obtener y construir nuevos saberes esenciales para el desarrollo de la vida cotidiana.

Los estudiantes universitarios deben entender que la lectura es un proceso de construcción y por ello deben convertirse en el buenos lectores, para mejorar su

²⁸ Ibíd., p 1.

²⁹ SOTO MAYOR, Carmen art [en línea]. “Las competencias lingüísticas y comunicativas: un proceso constructivo” Extraído de internet: <http://biblioteca-digital.ucentral.cl/documentos/libros/lintegrado2/capitulo%201.html> ((Recuperado abril 23 de 2011; 19.23 hs)

³⁰ Ibíd., p 1.

capacidad intelectual pero partiendo de que deben aprovechar los medios masivos de comunicación. Al respecto Córdoba indica que:

*Si se concibe la práctica de lectura es un **proceso de construcción de significados** (a partir de la interacción entre el texto, el contexto y el significado) y que el docente es un mediador en los procesos de construcción del sentido, se hace indispensable replantear los supuestos desde los cuales parte el docente para trabajar con los estudiantes en pos de la formación de futuros docentes críticos y reflexivos.*

*Se trata de que los estudiantes se **conviertan en buenos lectores**, lo que quiere decir que vayan progresivamente teniendo conciencia y control sobre sus actividades cognitivas mientras están involucrándose en el **acto de leer**. Este lector debería poder reflexionar sobre sus propios procesos y decidir cuál de las estrategias les resultan más eficaz.³¹*

Ahora, autores distinguen hasta **cinco procesos motivacionales relevantes para la conducta lectora**:

En primer lugar, las metas de aprendizaje de la tarea (task-mastery goals), referentes a la naturaleza de las intenciones del lector en su interacción con el texto. En segundo lugar, la motivación intrínseca, es decir, la dedicación a la lectura por la misma satisfacción que puede reportar. En tercero, la auto-eficacia, o la percepción por parte del sujeto de que posee la capacidad para leer con éxito. El cuarto proceso motivacional sería el interés personal, la valoración positiva de los contenidos del texto. Por último, en quinto lugar, las creencias transaccionales (transactional beliefs) sobre la lectura, es decir, el convencimiento de que los valores personales, las creencias y la propia idiosincrasia son relevantes para la lectura. Distintas investigaciones ponen de manifiesto que niveles altos en estas cinco variables o conjuntos de variables están asociados a un mejor rendimiento lector.³²

³¹ CÓRDOBA, Alicia y TENUTTO, Martha Alicia. "Lectura en la universidad: cuestiones dilemáticas" Extraído de internet: http://www.nuestraldea.com/La_lectura_en_la_universidad%5B1%5D%5B1%5D_.pdf ((Recuperado abril 23 de 2011; 19.45 hs)

³² Ibíd., p 1

Luego, el acto lector se desarrolla por estas diferentes motivaciones en los universitarios que deben ser incentivados por los directivos de las instituciones educativas a fin de que se logre mayor nivel intelectual y cultural.

Es preciso indicar que el desarrollo del acto lector en los estudiantes universitarios le significa una estimulación privilegiada porque le permite:

Activar el cerebro como una totalidad, en la cual no sólo se estimulan los procesos intelectuales sino que se activa la imaginación creadora; especialmente cuando se leen textos narrativos, el lector escucha las palabras como si existiera un entorno natural, como un tono de voz grato, irritado o resignado como una entonación que el inventa.

Lo estimula a crear vívidas imágenes de los personajes y de las escenas y a experimentar distintas emociones.

La activa estimulación de la imaginería por parte del acto lector activa los sistemas atencionales de las personas, favoreciendo la "entrada" de la información intelectual.³³

Luego, el acto lector desde esta perspectiva, se puede decir que es:

La capacidad compleja, superior y exclusiva del ser humano en la que se comprometen todas sus facultades simultáneamente y que comporta una serie de procesos biológicos, psicológicos, afectivos y sociales que lo llevan a establecer una relación de significado particular con lo leído y de este modo, esta interacción lo lleva a una nueva adquisición cognoscitiva³⁴

³³ *Ibíd.*, p 1.

³⁴ ARENZANA, Ana y GARCÍA, Aureliano. Espacios de lectura: estrategias metodológicas para la formación de lectores. México. FONCA, 1995. p. 17

Se puede decir que el acto lector al ser desarrollado por las personas estimula la capacidad mental en cuanto a que obtienen mayor conocimiento y pueden construir saberes que le permitan ser productivo y competitivo en el medio.

4.3 LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN MASIVOS COMO FUENTE DE DESARROLLO DEL ACTO LECTOR DE LOS ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS

4.3.1. Antecedentes sobre el acto lector – hábito de lectura de los estudiantes en el entorno educativo. Dentro de los diversos estudios realizados sobre el acto lector en el mundo se tienen los siguientes:

Se realizó un estudio de tipo descriptivo-transversal para determinar los hábitos de lectura en estudiantes universitarios de la UNAMBA de la carrera profesional de Educación de la especialidad de matemática e informática del segundo ciclo durante el mes de junio del año 2005. De un universo de 45 alumnos del área básica de la carrera de Educación de la especialidad de matemática e informática se seleccionó al azar una muestra de 20 alumnos, a los cuales se les aplicó un instrumento evaluativo tipo cuestionario.

El 72,5 % de la muestra pertenecía al sexo femenino, la edad promedio fue de 18 y 19 años.

*El 50 % manifestó que le agradaba la lectura y que solo leía libros de matemática e informática, **revistas genéricas y periódicos**.*

El 58 % señaló que también leía otros libros además de los referentes a las asignaturas de la carrera; de ellos el 40 % prefería la literatura (novelas, biografías, etcétera) y 14 % leía poesía.

El 100 % refirió leer actualmente un libro en un ciclo, de ellos el 64 % leía uno referente a la carrera o asignaturas de ésta y 36 % leía otro tipo de libro y los referentes a las asignaturas.

El promedio de horas dedicadas a la lectura fue de 1,2 h al día.

El 78 % de los estudiantes entrevistados afirmó poseer una biblioteca general en su casa con un promedio de 25,5 libros, pero

solo el 22 % refirió la lectura actual de un libro específico, lo que permitió inferir poca relación entre éstas 2 variables.

Finalmente, a partir de una representación gráfica del gusto por la lectura y la lectura actual de un libro, según la edad de la muestra estudiada, se observó una tendencia lineal de relación entre las variables. Se recomienda fomentar más los hábitos de lectura en los estudiantes universitarios en función de cultivar el desarrollo de seres humanos integrales y objetivos.

*La conclusión que arrojo al respecto es que los Universitarios matemáticos leen muy poco. La razón es que estos dedican la mayor parte de su tiempo libre a ver **programas de televisión**, en su mayoría poco educativos, cuando no totalmente alienantes, pues su calidad, como se comprueba con facilidad, deja poco que desear. Para empeorar la situación, los estudiantes no disponen en las grandes ciudades de espacios públicos para jugar o practicar algún tipo de deporte, y el uso del **computador es limitado**. El resultado: se vuelven esclavos de la propaganda masificada y consumistas voraces.³⁵*

Es claro que el acto lector de los universitarios se ve influenciado por los medios de comunicación masivos pero no en forma positiva para incentivarlo, sino por el contrario para limitarlo porque los jóvenes prefieren la televisión como medio de esparcimiento, pero no para mejorar su capacidad cognoscitiva que es importante en el desarrollo personal. Ahora en esta época del estudio el uso del computador era muy limitado, por lo que se dedicaban en mayor parte a ver televisión, por lo que es interesante ver si los universitarios de hoy día aprovechan la internet como medio para leer libros, revistas y obtener mayor información para mejorar rendimientos académico que lleva a cabo las universidades.

Otro estudio que se realizó fue en México en el ámbito de la educación superior mexicana, sobre la problemática lectora de los estudiantes universitarios, así lo establece un estudio de La Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior de una muestra nacional que comprendió a cerca de 10 mil estudiantes de diversas instituciones, esta investigación llegó a las siguientes conclusiones:

³⁵ MARTÍNEZ, Isabella art [en línea]. “Beneficios de la lectura” Extraído de internet: http://aracelymichael.blogspot.com/2010_11_01_archive.html y en <http://html.rincondelvago.com/habitos-de-lectura-en-los-estudiantes-universitarios.html> ((Recuperado abril 23 de 2011; 19.23 hs)

El 86.3% de los estudiantes universitarios sacan fotocopias para cumplir con la obligación de leer y hacer sus tareas e investigaciones.

*El 40.7% declaró que utilizan **frecuentemente Internet** para satisfacer sus necesidades de información.*

Un 11% de estudiantes universitarios compra estos materiales bibliográficos frecuentemente.

*Un 46.4% reconoció que casi nunca adquieren **libros y revistas** para sus estudios.*

Un 21.5 % señaló que gracias a la lectura les era posible elaborar fichas de trabajo,

*Un 34% manifestó que la lectura les facilitó la elaboración de esquemas de trabajo. Estos datos demuestran que la lectura de **libros y revistas especializadas** constituye una práctica necesaria para que los estudiantes preparen sus clases*

Un 50% en promedio de los estudiantes universitarios consideraron que la lectura les brindó un apoyo importante para estar activos y participar en sus clases cotidianamente.

Estos datos muestran claramente la problemática de la lectura que presentan hoy en día miles de estudiantes universitarios matriculados en las diversas Instituciones de Educación Superior de México, derivada principalmente de la falta de hábitos, por la poca motivación que reciben de sus maestros y del nulo interés de las universidades por fortalecerles a través de programas permanentes de fomento a la lectura.³⁶

El estudio indica que los medios de comunicación masivos son instrumentos que permiten de una u otra forma incentivar el acto lector porque requieren información para cumplir con las exigencias de la Universidad, luego es muy interesante estas conclusiones porque se denota que a pesar de que el habito de lectura es mínimo, están presentes los medios de comunicación masivos en este proceso.

³⁶ GUTIÉRREZ VALENCIA, Ariel y MONTES DE OCA GARCÍA, Roberto. “La importancia de la lectura y su problemática en el contexto educativo universitario. El caso de la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco”. México. Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, México., p 5

En Colombia se han realizado estudios sobre el acto lector entre ellos que llevado a cabo el DANE, el Ministerio de Cultura, el Ministerio de Educación, El Instituto Distrital de Cultura y Turismo, la Cámara Colombiana del Libro y Fundalectura con el apoyo del Centro Regional para el Fomento del libro en América del Latina y el Caribe-CERLALC. El objeto fue la aplicación por parte del DANE de un modulo sobre Hábitos de lectura y consumo de libros, los resultados fueron los siguientes:

Las mujeres leen más libros que los hombres: 56,5% frente a 43,5%.

El 37% de las personas encuestadas respondieron que leen libros.

El 21% de las personas encuestadas respondieron que leen revistas.

El 24 % de las personas encuestadas respondieron que leen periódicos.

La proporción de personas encuestadas que afirma leer revistas pasó de 26,2% en el año 2000 a 27,2% en 2005.

La proporción de personas encuestadas que afirma leer periódicos pasó de 31,2% en el año 2000 a 32% en 2005.

Aumentó la proporción de personas encuestadas que afirma leer en Internet (de 4,9% en el año 2000 a 11,9% en 2005).

El número promedio de libros leídos por los colombianos se redujo en un 25%. Entre la población que afirmó leer habitualmente, el número de libros por año pasó de 6 en el año 2000 a 4,5 en el 2005.

Para toda la población en edad de trabajar (PET), en las once ciudades comparables entre los años 2000 y 2005, esa cifra pasó de 2,4 libros leídos por año a 1,6.

El tiempo dedicado a la lectura por gusto o entretenimiento cayó 9 minutos entre 2000 y 2005. Es decir, de 43 a 32 minutos en promedio cada día.

23 de cada 100 personas mayores de 12 años compraron al menos un libro en el último año (2005).

Bogotá es la ciudad donde los lectores habituales compran más libros, con 5,3 libros en promedio por lector.

En Bogotá, los principales motivos para comprar libros tuvieron que ver con requisitos escolares y universitarios (35%) y la necesidad de adquirir conocimientos (30,8%).

Para atender requerimientos escolares y/o universitarios, con una frecuencia de respuesta de 37,4% de los encuestados que afirmaron leer habitualmente en el país.

Para adquirir conocimientos, con una frecuencia de respuesta de 32,9% de los encuestados que afirmaron leer habitualmente en el país.

Entre 2000 y 2005, la lectura habitual en Internet creció en un 144% entre todos los encuestados y creció en un 152% entre la población lectora.

Con respecto a la población mayor de 12 años, la proporción de lectores habituales de libros disminuyó 7,6 puntos porcentuales entre 2000 y 2005 (al pasar de 48,3% a 40,7%), mientras que el porcentaje de lectores habituales de Internet creció 7 puntos porcentuales (pasó de 4,9% a 11,9%).

En 2005, los colombianos dedicaron, en promedio al día, 3,5 horas a la lectura en Internet.

En 2005, los colombianos dedicaron, en promedio al día, 32 minutos a la lectura de libros por gusto o entretenimiento.

Los jóvenes leen en Internet para estudiar, conversar (“chat”) y para entretenerse.

Al aumentar la edad se cambian los objetivos de la lectura en Internet: las personas entre 25 y 55 años lo hacen para obtener información relacionada con su trabajo (80% de los encuestados que afirman leer habitualmente por este medio) y para actualizarse (56,5%).

El 73% de los colombianos no lee revistas.

El 68,5% no lee periódicos y el 59% no lee libros.

Los hombres leen más periódicos que las mujeres (53,3% frente a 46,5%).

Las mujeres leen más revistas que los hombres: 59,9% frente a 40,1%,

El 63% de los niños del país les gusta que les lean.

En el 41% de los hogares encuestados (2.737.261) los niños no tienen libros o tienen máximo cinco libros, lo que contrasta con la preferencia del lugar de lectura, que en el 90% de los niños encuestados es el hogar.³⁷

Otro dato muy relevante es la lectura que realizan los estudiantes en cuanto a otros **temas como no académicos** y sobre esto se tiene lo siguiente:

Como se mencionó, entre 2000 y 2005 la proporción de los encuestados que afirma leer libros habitualmente cayó de 48,3% a 40,7%. Parte de esa caída puede obedecer a que en 2005 la encuesta ofreció una alternativa de respuesta que no se incluyó en 2000: la lectura de otros materiales impresos. Aunque las respuestas en ambas encuestas no eran excluyentes, es posible que en 2000 algunos encuestados hubieran identificado otros materiales impresos como libros, elevando así la frecuencia de la respuesta de esta categoría.

Las cifras sugieren que esta hipótesis no es despreciable. Es llamativo que en 2005 un porcentaje importante de los encuestados, 14,6% de la población en edad de trabajar urbana, haya indicado que leía otros materiales impresos, lo que puede representar una importante fuente de filtración para otras opciones de respuesta frente a los resultados de 2000.

La distribución entre distintos grupos de los encuestados que en 2005 respondieron que leen otros materiales impresos no permite sacar conclusiones definitivas al respecto. Las mujeres leyeron escritos en este medio portador un poco más que los hombres en 2005 (15,9% vs. 13,1% como proporción de la PET), los no estudiantes sustancialmente más que los estudiantes (10,7% vs. 3,9%), los colombianos con educación terciaria mucho más que personas con menor número de años educativos aprobados (i.e.

³⁷ MINISTERIO DE EDUCACIÓN NACIONAL art [en línea]. Hábitos de lectura en Colombia. Extraído de internet: <http://escuchemosalfuturo.com/component/content/article/56-lecturas-recomendadas-ministerio-de-educacion-nal/66-habitos-de-lectura-en-colombia.html?directory=76> ((Recuperado abril 23 de 2011; 19.23 hs)

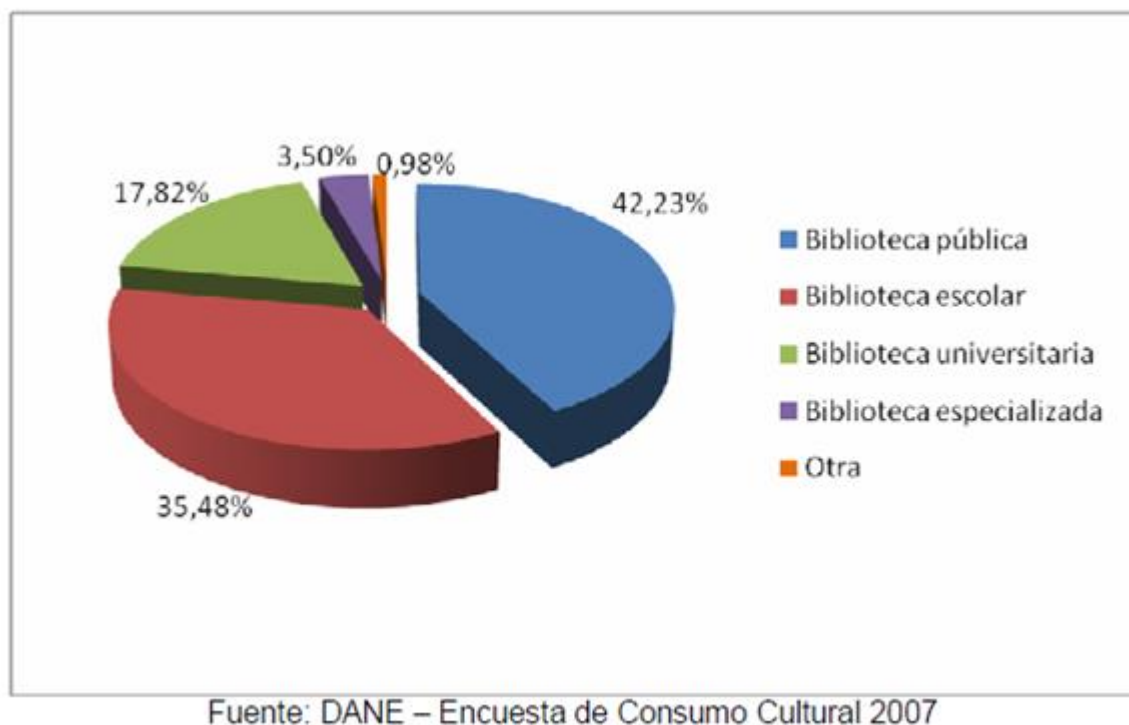
*primaria completa 8,4% en comparación con superior menos de cuatro años 24,6% y superior más de cinco años 25,2%), y se observa una creciente **lectura de otros materiales** en la medida en que sube el nivel de ingreso de los colombianos.³⁸*

Se puede apreciar en este estudio que el acto lector no se incentiva en este periodo, pero se nota una mayor utilización de los medios de comunicación masivos como la internet, que muestra como las personas incrementaron más del 100% del tiempo de lectura por este instrumentos, pero también se precia que los jóvenes lo utilizan para consultas necesarias para su educación, pero también la mayor parte lo usa para entreteniendo y para chatear lo conduce que concluir que los medios de comunicación incentivan el acto lector de la personas, pero en el caso de los estudiantes la internet se está convirtiendo en un medio para copiar información, poco leen y desarrollan otras actividades que no incentivan el habito de lectura como el de chatear y jugar en línea.

Existe otro estudio reciente sobre Encuesta de Consumo Cultural de 2007 y los resultados con respecto a los estudiantes que acuden a las bibliotecas de las universidades fueron los siguientes:

³⁸ *Ibíd.*, p 1.

Figura 2. Distribución porcentual de las personas que asistieron a bibliotecas en los últimos 12 meses según tipo de bibliotecas



Con base en el total de personas que asistió a bibliotecas (22,24%) en los últimos 12 meses, el tipo de biblioteca más concurrida es la pública con un 42,23%, seguida por la biblioteca escolar con un 35,48% y la universitaria con un 17,82%. Cabe resaltar que la biblioteca especializada y otras bibliotecas cuentan con una menor participación con el 3,50% y el 0,98% respectivamente.³⁹

Por lo anterior, se denota que la concurrencia a la biblioteca universitaria es relativamente baja, comparada con las demás aunque hay que entender que existe alta población estudiantil en el contexto escolar de primaria y secundaria, y en la universitaria es más bajo, lo cual demuestra que pesar de toda la asistencia es significativo.

³⁹ DEPARTAMENTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA DANE. “Encuesta de consumo cultural 2007”. Bogotá. 2007., p 25.

4.3.2. Los medios de comunicación masivos y su influencia en el hábito de lectura en la educación. Son varias las posiciones al respecto del tema, y en los últimos años el incremento de uso de los medios de comunicación masiva como el internet y la televisión, han cambiado las condiciones en los diferentes hábitos de las personas y sobre ello indican, lo siguiente:

Los medios inciden más que nunca en la educación de las nuevas generaciones, moldean gustos y tendencias en públicos de todas las edades e incluso influyen en la manera como el individuo se relaciona consigo mismo, con sus semejantes y con el mundo.

Es por ello necesario que los educadores para apoyar a la institución educativa utilizando los medios masivos de comunicación, sepan manejar la tecnología, que luchen por recuperar el lenguaje oral y escrito, la expresión artística que en general se ha visto resentida, que recuperen la expresión plástica y musical y sobre todo al incorporar los contenidos de la nueva tecnología en la escuela, favorezcan una relectura crítica por parte del alumnado acerca de los mensajes que les llegan habitualmente de los medios masivos de comunicación, principalmente de la televisión o de la cultura audiovisual presente en los espacios de ocio de los estudiantes⁴⁰

Se puede decir que los medios de comunicación masivos se han convertido en una herramienta para los docentes quienes deben aprovecharlas para mejorar el proceso de enseñanza exigiendo a los estudiantes universitarios que los utilicen para mejorar su hábitos especialmente el de lectura, porque actualmente según el análisis de los entes del Estado “*las condiciones lectoras del país mostró que Colombia registra índices de hábitos de lectura precarios, hecho que se refleja en niveles de consumo de libros y de utilización de las bibliotecas, con lo cual se percibe un escaso desarrollo de las competencias comunicativas*”⁴¹ importantes para el desarrollo de la educación.

Es indudable que los medios de comunicación masivos en la educación formal son un poderoso auxiliar que indican en el acto lector, pero junto con esas posibilidades, los “*nuevos instrumentos apartan a los jóvenes de otros procedimientos formativos, la serenidad de la lectura por ejemplo, al tiempo que producen una riesgosa simplificación del lenguaje y una tendencia a confundir la información con el conocimiento*”⁴² y esto ha creado que se incremente el hábito

⁴⁰ CASTILLO BARRAGÁN, Carmen art [en línea]. Op cit., p 1.

⁴¹ Ibíd., p 1.

⁴² Ibíd., p 1.

de lectura en otros medios como la internet y que se disminuye en otros, lo cual no permite avanzar en el desarrollo de las personas y comunidad.

Sin embargo, es preciso indicar que los docentes han tenido que actualizarse a la nueva modernidad de la tecnología, porque de ello depende avanzar en el desarrollo de su proceso de enseñanza pero además estar al día con la revolución de la obtención de la información que se encuentra en los diversos medios de comunicación masivos y por eso se **han buscando implementar alternativas en las universidades para aprovechar estas nuevas tecnologías como los blogs, faceboock, y otros para incentivar la comunicación y la lectura.**

En el caso de los **weblogs** se indica que tiene un gran potencial como herramienta en el ámbito de la enseñanza, ya que se pueden adaptar a cualquier disciplina, nivel educativo y metodología docente. *“Los blogs sirven de apoyo al E-learning, establecen un canal de comunicación informal entre profesor y alumno, promueven la interacción social, dotan al alumno con un medio personal para la experimentación de su propio aprendizaje y, por último, son fáciles de asimilar basándose en algunos conocimientos previos sobre tecnología digital”*⁴³ y esta es muy conocida por los jóvenes de hoy día especialmente los estudiantes de las universidades que nacieron en el ámbito del internet y su forma de aprendizaje es diferente generalmente a los docentes quienes vienen de otra época y deben adaptarse a las nuevas necesidades resultantes del desarrollo de los medios de comunicación.

Según la pedagogía el profesor actúa como mediador, *“facilitando los instrumentos necesarios para que sea el estudiante quien construya su propio aprendizaje. Cobra, por tanto, especial importancia la capacidad del profesor para diagnosticar los conocimientos previos del alumno y garantizar un clima de confianza y comunicación en el proceso educativo”*⁴⁴ y es ahí donde se utilizan los medios de comunicación masivos para lograr el habito lector de los estudiantes y de hecho estos weblogs que tanto como la educación comparten una característica fundamental: ambos conceptos pueden definirse como procesos de construcción de conocimiento.

En gran parte de las experiencias educativas con blogs se observa que la asignación concreta de creación de **weblogs** como *requisito académico y para una clase concreta no siempre produce la motivación esperada en los estudiantes. Cuando el profesor ciñe la actividad del blog de sus alumnos a criterios demasiado estructurados, éstos no encuentran el espacio suficiente para experimentar con el*

⁴³ TISCAR.COM [en línea]. Blogs para educar. Uso de los blogs en una pedagogía constructivista. Disponible en internet: <http://tiscar.com/blogs-para-educar/>

⁴⁴ Ibíd., p 1.

*medio de una forma natural.*⁴⁵ Con esta didáctica, el blog termina siendo una “escritura forzada”, donde el alumno escribe para el profesor y cuya actividad abandona tan pronto como se termina el periodo lectivo

Es claro que uno de los elementos clave de los blogs es su sistema de publicación en orden cronológico inverso. *Esta característica puede ser de gran utilidad para aquellos profesores que quieran proporcionar una actualización **periódica de nuevos contenidos y convengan un pacto de lectura correspondiente con sus alumnos para que puedan hacer uso de esa información.** En cambio, para la enseñanza de procesos, este método obliga a un seguimiento fragmentado en orden inverso que puede confundir a los estudiantes menos familiarizados con el sistema.*⁴⁶ Para estos casos, puede ser más eficaz la elaboración de documentos que permita la integración entre el docente y el estudiante universitario

Los medios de comunicación hacen que se plantee un desafío en la enseñanza, por lo que cada centro educativo debe reconsiderar esta circunstancia: *introducir estos fenómenos en su proyecto curricular y sobre todo, sacar el mayor rendimiento de ellos. Para conseguir este fin el profesor debe usarlos y aprovechar al máximo sus posibilidades en el desarrollo de sus explicaciones, para, de este modo, los medios y **nuevas tecnologías** sirvan para avanzar en el tratamiento del conocimiento por parte de alumnos y profesores, puesto que la implantación de estos nuevos medios y tecnologías va a influir, además de en el proyecto curricular del centro y en los docentes, en el alumnado.*⁴⁷ Los estudiantes deberán cambiar su postura ante ellos, pasando a ser ciudadanos activos, críticos y reflexivos. De este modo se tiende un puente entre lo que ofrecen los medios y las nuevas tecnologías y los aprendizajes y conocimientos que se adquieren en las aulas.

Al utilizar en **Facebook** en sus prácticas pedagógicas, destaca las principales ventajas de su uso:

- Creación de Groups: se puede establecer quienes formarán parte de un grupo, dejándolo abierto o restringido a usuarios con permiso. En el ámbito educativo, esta última opción puede actuar como un elemento de orden y control.
- Unificación del ámbito: otra interesante aplicación es que, utilizando el mismo ámbito, se pueden crear diferentes Groups, por ejemplo, para cada uno de los cursos que se tienen a cargo.

⁴⁵ Ibíd., p 1

⁴⁶ Ibíd., p 1

⁴⁷ SÁNCHEZ ACERO, Montserrat. Medios de comunicación y nuevas tecnologías en los centros docentes de la provincia de ciudad real. Disponible en internet: <http://eprints.ucm.es/tesis/inf/ucm-t26799.pdf>

- Notificación en el correo electrónico: todo lo que sucede en los grupos es notificado al correo electrónico, facilitando la tarea de administración y actualizando la información.
- Mayor participación: de acuerdo a la experiencia, los estudiantes participan mucho más activamente por tratarse de una herramienta que manejan muy bien y que es significativa para ellos.
- Mayor intercambio de información: los estudiantes enriquecen la información con fotos de las actividades⁴⁸

Son varias las ventajas que se tienen en el empleo de la **facebook y los weblogs** en la educación que si emplean en forma apropiada incentiva el **acto lector** porque todo tiene que ver con la búsqueda de información, análisis de datos y la construcción de saberes.

⁴⁸ CURSOADISTANCIA.ES [en línea]. Uso educativo de Facebook. Disponible en internet: <http://www.cursoadistancia.es/uso-educativo-de-facebook/>

5. CONCLUSIONES

Los medios de comunicación, instrumentos que en la actualidad se han convertido para muchos en un medio para lograr sus propósitos, permiten a las personas obtener, procesar y comunicar información, esencial para el desarrollo de la sociedad en todos los campos y entre ellos el de la educación lo cual proporciona una visión diferente de los propósitos, importancia y beneficios que estos instrumentos traen en su aplicabilidad en el contexto actual.

Los medios de comunicación masivos tiene como propósitos fundamentales el de informar, pues estaban orientados a propinar información a las personas; educar, mediante los textos y libros de corte didáctico y educativo; entretener, esta función es una de las más recurrentes en esta época, ya que la inmensa mayoría de los medios de comunicación integra en su parrilla programática o editorial este propósito y formar Opinión, que se adopta según su línea editorial y que puede considerar posiciones políticas, religiosas, culturales o sociales, las que interpreta según sus intereses y los deseos de la dirección de cada medio

Cuando se hace referencia a los medios de comunicación masivos se está haciendo referencia a la: televisión que es una forma de entretenimiento a través de un sistema tecnológico, para la transmisión y recepción de imágenes; Internet, que es otra forma de entretenimiento común la cual se encuentra en muchos de los hogares, y en las escuelas, universidades, a través de esta red se distribuye muchísima información; prensa escrita y la radio, que estimula la lectura debido a que el lenguaje verbal que este medio brinda obliga al individuo buscar imágenes sobre lo que escucha y es aquí donde empieza la Publicidad que es un sistema de comunicación que tiene como fin persuadir de algo al receptor.

La importancia de los medios de comunicación masivos radica en que son un poderoso instrumento de socialización, a la par de la familia, la escuela y el trabajo, que modelan los sentimientos, las creencias, entrenan los sentidos, ayudan a formar la imaginación social.

Los diferentes estudios sobre los medios de comunicación masivos y su influencia en el acto lector permitieron indicar que estos si incentivan su desarrollo debido a que los estudiantes universitarios requieren información para cumplir sus responsabilidades educativas, pero también se denota una mayor utilización de los medios como la internet, en el entretenimiento y en chatear lo conduce que concluir que los medios de comunicación incentivan el acto lector de la personas, pero en el caso de los estudiantes la internet se está convirtiendo en un medio

para copiar información, poco leen y desarrollan otras actividades que no incentivan el hábito lector.

En el contexto Universitario el periodismo que realizan los estudiantes se ha convertido en un medio de comunicación con alto contenido de información crítica de la realidad porque no existen coerciones de ningún tipo y esto hace que sea independiente y permita un mayor conocimiento porque las personas que lo realizan, deben leer para poder informar y por ello este instrumento incide en el desarrollo del acto lector que es muy importante en la vida humana.

La práctica de lectura es un proceso de construcción de significados (a partir de la interacción entre el texto, el contexto y el significado) y en este sentido, se hace indispensable replantear los supuestos de la formación de los estudiantes para incentivar el acto lector y por ello las universidades tienen la responsabilidad de formarlos en temas tan prioritarios como la lectura y no solo para que se apoyen para los requerimientos educativos sino también en las prácticas personales que les permitan mejorar cada día y avanzar hacia el progreso de la población.

En los colombianos con educación terciaria se observa una creciente lectura de otros materiales en la medida en que sube el nivel de ingreso de los colombianos, pero se denota que la concurrencia a la biblioteca universitaria es relativamente baja, comparada con las demás aunque hay que entender que existe alta población estudiantil en el contexto escolar de primaria y secundaria, y en la universitaria es más bajo, lo cual demuestra que pesar de todo la asistencia es significativa.

Son varias las ventajas del uso de la Facebook y los weblogs en la educación, que si se emplean en forma apropiada incentiva el acto lector en los estudiantes porque todo tiene que ver con la búsqueda de información, análisis de datos, que permite la construcción de saberes y el fortalecimiento de los conocimientos. Los weblogs nos dan la facilidad de publicar un texto o imagen facilitando el acceso a este, y permitiendo la opinión de la misma comunidad universitaria, y además son de fácil adaptabilidad a las necesidades de cada disciplina.

BIBLIOGRAFÍA

AMBROSI, Alain, PEUGEOT, Valérie y PIMIENTA, Daniel. *Palabras en Juego: Enfoques Multiculturales sobre las Sociedades de la Información*. Paris. Editorial Cy F Ediciones. 2005., p 16

ARENZANA, Ana y GARCÍA, Aureliano. Espacios de lectura: estrategias metodológicas para la formación de lectores. México. FONCA, 1995. p. 17

CANIHUAN, Catrileo, CEBALLOS PIMENTEL, Beatriz, Jaramillo Gualaman, Patricia. *“Estrategias de enseñanza para el desarrollo de la comprensión lectora en NB2 ,en escuelas situadas en contexto mapuche”*. Chile. Editorial: Universidad Católica de Temuco. 2009., p 44

CASTILLO BARRAGÁN, Carmen art [en línea]. “Medios masivos de comunicación y su influencia en la educación. Revista electrónica. Extraído de internet: <http://www.odiseo.com.mx/bitacora-educativa/medios-masivos-comunicacion-su-influencia-educacion/> ((Recuperado abril 25 de 2011; 15. 32 hs)

CASTRONOVA, Adela. La lectura en la Universidad. Extraído de internet: <http://www.unne.edu.ar/institucional/documentos/lecturayescritura08/castronovo.pdf> ((Recuperado abril 22 de 2011; 16.23 hs)

CEREZO ARRIAZA, Manuel art [en línea]. Acto de leer.”. Extraído de internet: <http://manuel.cerezo.name/archives/000470.html> ((Recuperado abril 22 de 2011; 16.23 hs)

CHAVARRÍA CONTRERAS, Víctor. “Medios de comunicación masivos”. Extraído de internet: <http://www.slideshare.net/jannyrivivas/medios-de-comunicacin-1535550> ((Recuperado abril 27 de 2011; 11.01 hs)

CHEVERRÍA, Gissela. *Evolución de los medios de comunicación*. Argentina: El Cid Editor apuntes 2009. p 10.

CÓRDOBA, Alicia y TENUTTO, Martha Alicia. “Lectura en la universidad: cuestiones dilemáticas” Extraído de internet: http://www.nuestraldea.com/La_lectura_en_la_universidad%5B1%5D%5B1%5D._.pdf ((Recuperado abril 23 de 2011; 19.45 hs)

CURSOADISTANCIA.ES [en línea]. Uso educativo de Facebook. Disponible en internet: <http://www.cursoadistancia.es/uso-educativo-de-facebook/>

DEPARTAMENTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA DANE. “Encuesta de consumo cultural 2007”. Bogotá. 2007., p 25.

GOLLAN ZAPATA, Agustín art [en línea]. “Medios de comunicación” Extraído de internet: <https://sites.google.com/site/mediosdecomunicacioneem391/> ((Recuperado abril 25 de 2011; 15. 32 hs)

GRANADA, Andrés art [en línea]. “El periodismo universitario el quinto poder” Extraído de internet: <http://andresgranada.blogspot.com/2007/12/el-periodismo-universitario-el-quinto.html> ((Recuperado mayo 1 de 2011; 20.34 hs)

GUTIÉRREZ VALENCIA, Ariel y MONTES DE OCA GARCÍA, Roberto. “La importancia de la lectura y su problemática en el contexto educativo universitario. El caso de la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco”. México. Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, México., p 5

LEIVA, Milagros art [en línea]. “El periodista que no lee está muerto” Extraído de internet: <http://palabrasparaunermitano.blogspot.com/2011/04/milagros-leiva-un-periodista-que-no-lee.html> ((Recuperado mayo 2 de 2011; 10:05 hs)

MARTÍNEZ, Isabella art [en línea]. “Beneficios de la lectura” Extraído de internet: http://aracelymichael.blogspot.com/2010_11_01_archive.html y en <http://html.rincondelvago.com/habitos-de-lectura-en-los-estudiantes-universitarios.html> ((Recuperado abril 23 de 2011; 19.23 hs)

MINISTERIO DE EDUCACIÓN NACIONAL art [en línea]. Hábitos de lectura en Colombia. Extraído de internet: <http://escuchemosalfuturo.com/component/content/article/56-lecturas-recomendadas-ministerio-de-educacion-nal/66-habitos-de-lectura-en-colombia.html?directory=76> ((Recuperado abril 23 de 2011; 19.23 hs)

OLIVOS INOSTROZA, Marcela art [en línea]. “Medios masivos de comunicación”. Extraído de internet: www.liceobdl.cl/v.2/index.php?option=com...view...2 ((Recuperado abril 24 de 2011; 08.32 hs)

RABOY, Marc y SOLERVICENS, Marcelo art [en línea]. “El papel y lugar de los medios de comunicación en la sociedad”. Extraído de internet: <http://vecam.org/article683.html> (Recuperado abril 22 de 2011; 14. 30 hs)

SÁNCHEZ ACERO, Montserrat. Medios de comunicación y nuevas tecnologías en los centros docentes de la provincia de ciudad real. Disponible en internet: <http://eprints.ucm.es/tesis/inf/ucm-t26799.pdf>

SANDOVAL, Carlos García y AL-GHASSANI, Anuar, “Inventario de los medios de comunicación en Costa Rica, Escuela de ciencias de la comunicación” Extraído de

internet:

<http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/ayudadetareas/periodismo/per2.htm>

((Recuperado abril 24 de 2011; 10.32 hs)

SOTO MAYOR, Carmen art [en línea]. “*Las competencias lingüísticas y comunicativas: un proceso constructivo*” Extraído de internet: <http://biblioteca-digital.uccentral.cl/documentos/libros/integrado2/capitulo%201.html> ((Recuperado abril 23 de 2011; 19.23 hs)

TISCAR.COM [en línea]. Blogs para educar. Uso de los blogs en una pedagogía constructivista. Disponible en internet: <http://tiscar.com/blogs-para-educar/>